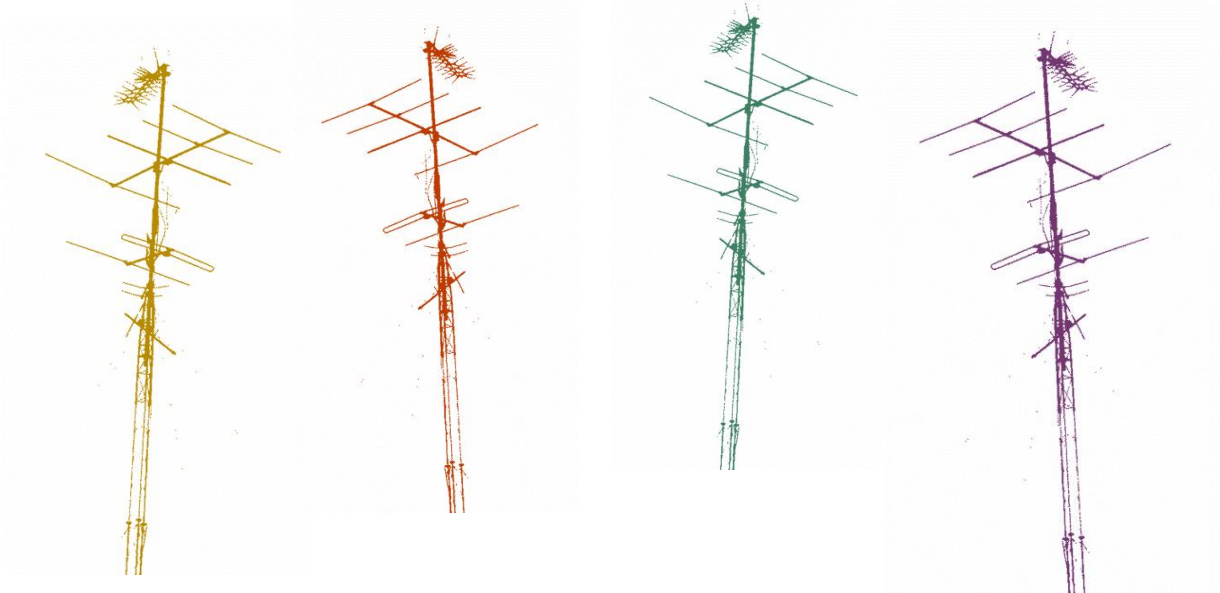


DEUSTUKO UNIBERTSITATEA

Hirugarren zikloa

Aisia eta Giza Potentziala Doktorego Programa

**Belaunaldien telebistarekiko aisiazko harremanak:
Bizkaiko lau adin-talderen kasu azterketa.**



Doktorego Tesia

Xabier Landabidea Urresti

Bilbao, 2013.

DEUSTUKO UNIBERTSITATEA

Hirugarren zikloa

Aisia eta Giza Potentziala Doktorego Programa

**Belaunaldien telebistarekiko aisiazko
harremanak:
Bizkaiko lau adin-talderen kasu azterketa.**

Xabier Landabidea Urrestik aurkeztutako doktorego tesia.

Iratxe Aristegi Fradua eta Aurora Madariaga Ortuzar doktoreek zuzendua.

Zuzendariak

Doktoregaia

Iratxe Aristegi Fradua

Aurora Madariaga Ortuzar

Xabier Landabidea Urresti

Bilbao, 2013.

Amoma Miren ta Antoni eta aittitte Patxi ta Joni.

Ama eta aitari.

Eta tesia amaitu nuen egun berean jaio zen Martin Doistua Martinezi.

Eskerrak

Telebista saioek eta doktorego tesiek badute zerbait komunean: testu koralak dira, pertsona askoren parte-hartzeari esker soilik egin daitezke. Kreditu osoek luze joko luketen arren, esker ona adierazi nahiko nieke lan honetan lagundu nauten pertsona eta erakundeei.

Lehenengo eta behin, bihotz-bihotzez eskerrak eman nahi dizkiet ikerketa honetan parte hartu duten hirurogeita hamairu parte-hartzaileei. Urrezko lekukotzak eskaini dizkidazue Bizkaian barrena, Aulesti, Durango, Mungia, Lekeitio, Larrabetzu, Muskiz, Bermeo, Lezama, Santurtzi, Bilbo eta Algortan. Liburuetatik baino gehiago ikasi dut zuengandik.

Zientzia erraldioen sorbaldetara igota egiten omen da, eta horregatik eskerrak eman nahi dizkiet Aisiazko Ikaskuntzen Institutuan lankide eta lagun izan ditudan pertsona guztiei eskainitako babes, akuilu eta inspirazioagatik. Aisiarekiko eta ikerketarekiko ardura eta maitasuna erakutsi dizkidazue, eta zuekin egin naiz, egitekotan, ikertzaile.

Deustuko Unibertsitateko Deiker Ikerketaren Sustapenerako eta Kudeaketarako Agentziari esker doktorego-aurreko egonaldia egin ahal izan nuen Westminster-eko Unibertsitatean. Zuen lana ereduzkoa delako, eta betebeharrak haratago beti irrifarre bat aurkitu dudalako, eskerrik asko. Deustuko Unibertsitateko Euskal Gaien Institutuaren bitartez Bizkaiko Foru Aldundiak landa lana burutu ahal izateko diru laguntza eskaini zidan. Zinez eskertzen diet bi erakundeei eta Nerea Mujika Ulazari erakutsitako konfidantza, sarri baliabide materialak eurek baino garrantzitsuagoa suertatzen baita berau.

Hizkuntza-zuzentzaile eta proof-reader bezala izan ditut Eneko Olazabal Arruabarrena, Alaitz Aizpuru Juaristi eta Patrick Carlin (diolch yn fawr!). Mila esker agertu duzuen pazientzia eta eskuzabaltasunagatik, eta koma batek, lekuz aldatuta, izan dezakeen garrantzia erakutsi didazuelako. Baita Idurre Lazcano Quintanari ere, eskatu behar izan gabe ere hartutako azken orduko maketazio lan eskergarengatik.

Iratxe Aristegi Fradua eta Aurora Madariaga Ortuzarri tesi-zuzendariei, eskainitako gidaritza, laguntza eta hurbiltasunagatik, eta hasiera-hasieratik amaiera-amaieraraino izan ditugun eztabaida guztiak ezinbestekoak izan direlako aurrera egiteko.

Azkenik, eta batez ere, eskerrik asko prozesuaren alde gogorrenak jasan behar izan dituzten gurasoei, semearengan beti sinestu duzuelako, eta alboan izan dudana Jone Goirigolzarri Garaizarri, aldapa nirekin batera igo duzulako.

Gure hitzak esan berriz esan,
ez daitezela ahaztu, ez daitezela gal.

Elur gaineen txori hanka arinek,
utzitako arrasto sail ederra bezalaxe.

Mikel Laboa. Gure hitzak.

AURKIBIDEA

IRUDIEN AURKIBIDEA.....	VII
TAULEN AURKIBIDEA	IX
GRAFIKOEN AURKIBIDEA.....	XI

INTRODUCTION 1

1. Abstract	3
2. Laburpena.....	4
3. Justification.....	5
4. Research framework.....	6
5. Scope, object and objectives of the study	8
6. Methodology	11
7. Structure of the thesis.....	12

LEHENENGO ATALA. ABIAPUNTU TEORIKOA: AISIA, TELEBISTA ETA IKUS-ENTZULERIAK. 17**I. kapitulua. Aisia eta Aisiazko Esperientzia..... 19**

1.1. Terminologia: Aisiaren Definizioa	20
1.2. Aisiaren Esanahiak	20
1.2.1. Leisure	30
1.2.2. Ocio	34
1.2.3. Aisia.....	37
1.3. Aisiaren eta Aisiazko Ikaskuntza	41
1.3.1. Diziplinartekotasuna	43
1.3.2. Aisiaren Praktika (Ikuspegi Objektiboa).....	50
1.3.3. Aisiazko esperientzia (ikuspegi subjektiboa).	54
1.3.4. Aisiarako eskubidea (ikuspegi politiko eta normatiboa).....	61
1.4. Aisia Humanista	64
1.4.1. Aisiaren Koordinatuak.....	66
1.4.2. Aisiaren Dimentsioak	68
1.4.3. Aisiaren Tipologiak	73
1.5. Telebistarekin Lotutako Aisiarako Hurbilketa Integrala: Astia-Aldia-Aisia Eredua.....	76
1.6. Laburbilduz: Aisiazko Esanahien Bila.....	81

II. kapitulua. Telebista komunikabideen ekosisteman. 83

2.1. Komunikabideak eta Espazioa	84
2.1.1. Espazio Mediatikoa.....	88
2.1.2. Komunikabideen paisaia.....	95
2.1.3. Aldaketak Eta Hausturak Komunikabideen Paisaian.	101

2.2.	Komunikabideen Bateratzea	106
2.2.1.	Bateratzearen Alde Teknologiko Eta Industrialak	107
2.2.1.1.	ZINEMA	112
2.2.1.2.	IRRATIA	114
2.2.1.3.	INTERNET	116
2.2.1.4.	PRENTSA IDATZIA	118
2.2.1.5.	TELEBISTA	120
2.2.1.6.	CROSSMEDIA ETA TRANSMEDIA	123
2.2.2.	Bateratze Teknologiko-Industrialaz Haratago	125
2.3.	Komunikabideen Ekosistema	127
2.3.1.	Aurrekariak: Komunikabideen Ekologia	131
2.3.2.	Telebistaren Ekosistema	134
2.3.3.	Ikus-Entzuleriaren Eboluzioa	137
2.3.4.	Telebista Gure Garaian	142
2.3.5.	Zer da telebista (ikustea)?	146
2.4.	Laburbilduz: Telebistaren Iragaita	153
III.	Kapitulua. Telebista Eta Ikus-Entzuleriaren Ikerketa	155
3.1.	Ikus-Entzuleriak Definituz	156
3.1.1.	Audientzia Eta Esposizioa	158
3.1.2.	Publikoak eta presentzia	160
3.1.3.	Ikus-Entzuleria, Ikus-Entzuleta Eta Ikus-Entzuleak	162
3.2.	Zergatik Aztertu Telebistaren Ikus-Entzuleriak?	166
3.2.1.	Telebistaren Denborak	166
3.2.2.	Telebistaren lekua	170
3.2.3.	Audientziaren Azterketaren Mugak	173
3.3.	Ikus-Entzuleriaren Ikerketaren Ardatzak	180
3.3.1.	Kultur Ikasketak (Cultural Studies)	180
3.3.2.	Hartzea Eta Parte-Hartzea: Aktibotasuna Eta Pasibotasuna	184
3.3.3.	Ikus-Entzuleria Eta Familiaren Ikerketa	187
3.3.4.	Telebistaren Zentzuak, Esanahiak Eta Plazerrak	193
3.3.5.	Adin taldeak eta belaunaldiak	197
3.3.6.	Ahozotasuna Ikus-Entzuleriaren Ikerketan	201
3.4.	Europar Panorama Ikus-Entzuleriaren Ikerketan	206
3.4.1.	Europar Panorama Sintesian	215
3.4.2.	Euskarazko Ekarpenak Ikus-Entzuleriaren Ikaskuntzetara	218
3.5.	Laburbilduz: Ikus-Entzuleen Protagonismoa	225
BIGARREN ATALA. MARKO METODOLOGIKOA ETA AZTERKETA	227	
IV. Kapitulua. Metodologia Eta Azterketaren Diseinua	229	
4.1.	Arazoaren Planteamendu Orokorra	230
4.2.	Ikerketaren Paradigma Metodologiko Orokorra	231
4.2.1.	Esperientzia: Ardatz Eta Helburu	231
4.2.2.	Logika Ideografikoa Eta Nomotetikoa	233

4.2.3.	Ikerketa Kualitatiboa Kuantitatiboaren Ondoan: Aukerak, Mugak, Osagarritasunak.....	234
4.2.4.	Kasu Azterketa: Abiapuntua, Ezaugarriak, Mugak Eta Abantailak....	238
4.2.4.1.	EZAUGARRIAK: ZER DA ETA ZER EZ KASU AZTERKETA?	239
4.2.4.2.	KRIKAK ETA MUGAK.....	240
4.2.4.3.	ABANTAILAK.....	244
4.3.	Teknika Metodologikoak Eta Gidoia	247
4.3.1.	Eztabaida Taldeak.....	247
4.3.2.	Sakoneko Elkarrizketak	250
4.3.3.	Gidoiaren Diseinua Eta Aplikazioa	252
4.3.3.1.	AHOZKO ATALA: HURBILKETA SEMI-EGITURATUA	252
4.3.3.2.	ATAL IDATZIA: HURBILKETA EGITURATUA.....	255
4.3.4.	Planteamendua Eta Kasu-Aukeraketa.....	257
4.3.5.	Datu Bilketa Eta Informatzaileen Perfila.....	260
4.4.	ATLAS.ti Eta Informazioaren Antolaketa, Azterketa Eta Berreskurapena....	263
4.4.1.	ATLAS.ti: Oinarrizko Kontzeptu Eta Objektuak.....	264
4.4.1.1.	UNITATE HERMENEUTIKOAK.....	264
4.4.1.2.	OINARRIZKO DOKUMENTUAK	265
4.4.1.3.	KODEAK	266
4.4.1.4.	AIPUAK	267
4.4.1.5.	FAMILIAK.....	268
4.4.1.6.	BIDE-OHARRAK: MEMOAK ETA MEMOGINTZA	268
4.4.2.	Informazioaren Berreskurapen Eta Ikusarazpena.....	270
4.4.2.1.	KONTSULTA TRESNA - QUERY TOOL.....	270
4.4.2.2.	ALDIBEREKOTASUN TRESNAK.....	272
4.4.2.3.	SARE BISTAK.....	274
4.5.	Azterketa Eta Kodeketa Estrategia Globala	278
4.5.1.	Atributuzko Kodeketa (NORK).....	280
4.5.1.1.	ATRIBUTUZKO KODEAK ETA ADIN TALDEAK.....	281
4.5.2.	Kodeketa Fokalizatua (ZERI)	283
4.5.2.1.	KODE FOKALIZATUAK ETA ADIN TALDEAK.....	284
4.5.2.2.	KODE EGITURATZAILEAK ETA ADIN TALDEAK.....	293
4.5.3.	In Vivo Kodeketa (ZER)	294
4.5.4.	Kodeketa Teorikoa (ZERGATIK)	295
4.5.5.	Triangulazioa Eta Eredu Esplikatibo-Interpretatiboa	297
4.6.	Laburbilduz: Hurrengo Kapitulua Eta Hiru Azterketa-Begiradak.....	299

V Kapitulua. Adin-Taldeen Kontzeptuzko Analisia: Deskribapen Estruktural-

Konparatiboa. 301

5.1.	Aldizko kontzeptuak.....	302
5.1.1.	Ikusten al duzu(e) telebistarik?: zer eta noiz.....	302
5.1.2.	Telebista Eguneroko Jardunean: Telebistaren Tarteak	305
5.1.3.	Telebistaren Neurria: Askotik Gutzira	309
5.1.4.	Telebistaren Lekuak: Telebisten Espazioak	312
5.1.5.	Telebistako Kateak: Erreferentziatzko Kanalak	315
5.1.6.	Telebista Eta Laguntasuna: Telebistaren Konpainia	318
5.1.7.	Telebistarekin Batera: Aldibereko Jarduerak.....	321

5.1.8. Telebistan Zer? Telebistaren Edukiak	324
5.1.9. Telebistari Egiten Zaion Kasua: Jartzen Zaion Arreta.	327
5.1.10. Telebista Mintzagai: Telebista Elkarrizketetan.	330
5.1.11. Zapping Egitea: Aukeraketa Eta Jarioa	333
5.1.12. Telebistaren Albokoak: Ondoko Komunikazio Teknologia.	334
5.1.13. Ordaindutako Telebista: Pay Per View	338
5.2. Astiazko Kontzeptuak	340
5.2.1. Norberaren Astia: Astialdia Eta Telebista	340
5.2.2. Telebistaren Garrantzia Norbere Astialdian	343
5.2.3. Telebista Ikustearen Denbora: Telebistaldia	346
5.2.4. Telebista Eta Oporrak: Jai Egunak Eta Lan Egunak	350
5.3. Aisiazko Kontzeptuak	352
5.3.1. Telebista Ulertzeko Erak: Telebistaren Errealitatea	352
5.3.2. Telebistaren Balorazioa: Onerako Ala Txarrerako?	356
5.3.3. Telebistaren Esperientzia: Emozio Eta Bizipenak	359
5.3.4. Telebistaren Erabilerak: Zertarako Telebista?	362
5.3.5. Telebista Definitzen: Telebistaren Erretratuak	365
5.3.6. Telebista Ideala: Telebista Perfekturantz	369
5.4. Laburbilduz: Adin-Taldeen Telebistarekiko Harremanak Sintesian	372
HIRUGARREN ATALA. PROPOSAMEN TEORIKOA	375
VI. kapitulua. Telebistarekiko Aisiazko Harremanak: Eredu Esplikatibo-Interpretatiboa	
.....	377
6.1. Telebistaren Esperientzien Aisiazko Karakterizazio Orokorra.	378
6.1.1. Aisiaren Koordinatuak Eta Telebistaren Esperientzia.	379
6.1.1.1. AISIA EXOTELIKOA	384
6.1.1.2. AISIA ABSENTEA	386
6.1.1.3. AISIA AUTOTELIKOA	388
6.1.1.4. AISIA KALTEGARRIA	391
6.1.1.5. ADIN-TALDEAK ETA TELEBISTAREKIKO AISIAZKO ESPERIENTZIEN EZAUGARRI OROKORRAK	395
6.2. Adin-Taldeen Telebistarekiko Harremanaren Karakterizazioa	397
6.2.1. Gazteak: Hutsari Aurre Egin Beharra	402
6.2.2. Helduak 1: Egun Amaierako Saria	406
6.2.3. Helduak 2: Erabilera Anitzeko Kutxa	410
6.2.4. Nagusiak: Mundura Irekitako Leihua	414
6.3. Adin-Talde Eta Belaunaldien Arteko Harremana	419
6.3.1. Belaunaldietan Partaidetza: Nork Bere Belaunaldia	420
6.3.2. Belaunaldien Arteko Ezberdintasunak: Besteen Belaunaldiak	428
6.3.3. Belaunaldiak Eta Telebistarekiko Aisiazko Harremana	436
6.4. Kasu Azterketaren Eredu Esplikatibo-Interpretatiboa	441
6.4.1. Kategorizazio Eta Birkodeketa Prozesua	442
6.4.2. Telebistarekiko Aisiazko Harremanen Marko Interpretatiboa	447
6.4.2.1. ASTIZKO KATEGORIAK	449
6.4.2.2. ALDIZKO KATEGORIAK	450

6.4.2.3. AISIAZKO KATEGORIAK	455
6.4.3. Telebistaren Aisiazko Ontologia: Hipotesi Esplikatiboa	457
6.5. Laburbilduz: Jasotakoaren Kontakizuna	463

CONCLUSIONS, LIMITATIONS AND NEXT STEPS..... 465

1. Contributions from Leisure Studies and Audience Research	468
2. The case study as a methodological approach	474
3. Television as an intergenerational leisure artefact	477
4. Verification of the hypotheses.....	479
5. Limitations of the study, opening areas and next steps	481

BIBLIOGRAFIA..... 483

ERANSKINAK..... 505

1. eranskina parte-hartzaileen fitxa.....	507
2. eranskina: Talde eta Sakoneko Elkarrizketetako gidoi orokorra.	508
3. eranskina: nagusiak eztabaida taldea gidoia eta oharrak (mindjet)	509
4. eranskina: eztabaida taldeetako parte-hartzaileak	510
5. eranskina: sakoneko elkarrizketen parte-hartzaileak	510
6. eranskina: aisiaren koordinatuak: parte hartzaileen jatorrizko erantzunak	514
7. eranskina: Telebistaren aisiazko harremanen astizko kategoriak	516
8. eranskina: Telebistaren aisiazko harremanen aldizko kategoriak	517
9. eranskina: Telebistaren Aisiazko harremanen aisiazko kategoriak.....	520
10. eranskina: Adin-taldeak eta belaunaldiak	522

IRUDIEN AURKIBIDEA

1. Irudia: Aisiaren adierak. (Leisure)	34
2. Irudia: Astia-aldia-aisia eredua	79
3. Irudia: Igorpen eredua	90
4. Irudia: Tartean sartzearen eredua	91
5. Irudia: Komunikazioaren igorpen eredua (Shannon eta Weaver)	108
6. Irudia: Telebistarekin lotutako aisiazko harremanak	129
7. Irudia: Ikus-entzuleriaren eboluzioa eta komunikabideen industria	138
8. Irudia: Telebistaren ikusmen fisiologikoa	151
9. Irudia: Familia, telebista eta aisia. Morleyren ikerketa aisiarako hurbilketa integralean.	192
10. Irudia: adin taldeak (adin tarteekin)	249
11. Irudia: Elkarriketa tipo ideialak eta landa lanaren errealitatea.	251
12. Irudia: Gidoi erdi-egituratuaren oinarri teorikoa	252
13. Irudia: Gidoiaren egitura orokorra (Mindjet programan)	253
14. Irudia: Kasu Azterketaren planteamendu orokorra: teoria eta empeiria.	257
15. Irudia: Kasuen laginketa (Google Earth)	259
16. Irudia: Parte-hartzaileen sexua	260
17. Irudia: Parte-hartzaileak adin-taldeak	260
18. Irudia: Unitate hermeneutikoak	264
19. Irudia: Abiapuntu teorikoko Kode batzuk {Funtsa - dentsitatea}	266
20. Irudia: Aipuak sortzen: testua eta irudia.	267
21. Irudia: Memoak puzlearen pieza bezala	269
22. Irudia: Aldiberekotasun esploratzailea: kodeak eta oinarrizko dokumentuak	273
23. Irudia: Aldiberekotasun taulak: kodeak eta oinarrizko dokumentuak	274
24. Irudia: Sare bista: kodeen arteko harreman semantikoak	276
25. Irudia: Sare bistak kodeen arteko harremanak ezartzeko	277
26. Irudia: Sare bista kodeen arteko harremanak bistaratu eta berrantolatzeko	277
27. Irudia: Informazioaren azterketa-estrategiak	280
28. Irudia: Kodeketa fokalizatua eta egituratzaileen arteko harremana	283
29. Irudia: Kodeketa fokalizatua: eskema orokorra	286
30. Irudia: Kode egituratzaileak, kode fokalizatuak eta datuen corpusa	291
31. Irudia: Kodeketa egituratzailea: "Egunien ziherrak denbora asko dekozu libre?"	292
32. Irudia: Kode fokalizatuen eta egituratzaileen arteko harremana	293
33. Irudia: In vivo kodeketaren adibide bat	294
34. Irudia: QDA eredua eta kodeketa teorikoa	295
35. Irudia: Kodeketa teorikoa: harremanak, kategoriak eta kontzeptuak.	296
36. Irudia: Triangulazio interpretatiboa: Kasu Azterketaren Eredua Esplikatiboa	298
37. Irudia: Kasuen kontzeptuzko analisia eta eredu interpretatibo/esplikatiboa:	299
38. Irudia: Aisiaren koordinatuak eta norabideak- Sare bista (ATLAS.ti)	379
39. Irudia: Telebista eta aisiaren norabideak: kategorizazio orokorra.	383
40. Irudia: Belaunaldietan partaidetza (gazteak)	422
41. Irudia: Belaunaldietan partaidetza (helduak 1)	424
42. Irudia: Belaunaldietan partaidetza (helduak 2)	427
43. Irudia: Belaunaldietan partaidetza (nagusiak)	428
44. Irudia: Belaunaldien arteko ezberdintasunak adin-taldearen arabera	435
45. Irudia: Adin-taldearen karakterizazioa	436
46. Irudia: Gazteak eta aisiaren koordinatuak	436

47. irudia: Helduak 1 eta aisiaren koordinatuak	437
48. irudia: Helduak 2 eta aisiaren koordinatuak	437
49. irudia: Nagusiak eta aisiaren koordinatuak.....	438
50. irudia: Belaunaldiak eta haien arteko kontaktua.....	440
51. irudia: Kategorizazioaren oinarria, Astia-Aldia-Aisia eredu	442
52. irudia: Aurrekategoriak sortzen. Telebistako edukiak eta in vivo kodeak	443
53. irudia: Astia-Aldia-Aisia ereduaren arabera kategorizazioa eta berkodeketa.....	445
54. irudia: Telebistarekiko aisiazko harremanen kategorizazio orokorra	448
55. irudia: Astizko kategoriak	449
56. irudia: Aldizko kategoriak	450
57. irudia: Aisiazko kategoriak	455
58. irudia: Telebistarekiko harremana, elementu subjektibo eta objektiboak	460
59. irudia: Adin-taldea eta telebistarekiko harremantze moduen gainjartzea	462
60. irudia: Adin-taldeak eta telebistarekiko harremantze moduen arteko lotura.....	462

TAULEN AURKIBIDEA

1. Taula: Aisiaren diziplina/esparruak eta ekarpen esanguratsuenak	50
2. Taula: Aisia humanistaren balioak	65
3. Taula: Aisiaren koordinatuak	67
4. Taula: Aisiaren norabideak, koordinatuak eta dimentsioak	72
5. Taula: Audientzia, publikoa, ikus-entzuleria, ikus-entzuleta eta ikus-entzuleak.	165
6. Taula: Nagusitasun historikoa eta metodologikoa herrialde ezberdinetan.	216
7. Taula: Paradigma kuantitatiboa eta kualitatiboaren oinarriak	235
8. Taula: Metodo kuantitatibo eta kualitatiboaren ezaugarriak	236
9. Taula: Eztabaida talde eta sakoneko elkarizketetarako gidoia orokorra	254
10. Taula: Datu pertsonalak	255
11. Taula: Telebistarekin harremana.	256
12. Taula: Ondoko esaldietatik aukeratu ados zauden lau eta ordenatu 1etik 4ra.	256
13. Taula: Laginketa irizpideak eta kasuak.	258
14. Taula: Eztabaida taldeak.	261
15. Taula: Sakoneko elkarizketak.	262
16. Taula: Erabilitako oinarrizko dokumentuak.	265
17. Taula: Kontsulta tresnaren eragileak	271
18. Taula: Erabilitako harreman semantikoak	275
19. Taula: Atributuzko kodeak adin-taldeka {funtsa-dentsitatea}	282
20. Taula: Kode fokalizatuak Aldia-Astia-Aisia + belaunaldiak ardatzetan antolatuta	284
21. Taula: Pasarte kopurua kode fokalizatu eta adin taldeka	287
22. Taula: Aisiaren koordinatuak eta aukeratu eta ordenatzeko proposatutako esaldiak	380
23. Taula: Aisiaren koordinatuekin lotutako esaldiak eta garrantzia orotara	381
24. Taula: Telebista eta aisiazko esperientziak – adin taldeen ezaugarri orokorrak	396
25. Taula: Adin-taldeak, telebista eta aisiaren norabideak	400
26. Taula: Adin taldeen belaunaldien ezaugarritzea	439
27. Taula: Astialdia; norberarena den denbora (In vivo kodeak, adin-taldeka)	516
28. Taula: Telebista, astiaren alde eta kontra (In vivo kodeak, adin-taldeka)	516
29. Taula: Telebistaldiak, denbora pasatik denbora galtzera (In vivo kodeak, adin-taldeka)	516
30. Taula: Telebista, aldien eragin eta aldi-eragile (In vivo kodeak, adin-taldeka)	517
31. Taula: Telebistaren presentzia fisikoa (In vivo kodeak, adin-taldeka)	517
32. Taula: Telebistako edukiak	518
33. Taula: Telebista eta laguntasuna	518
34. Taula: Telebistari eskaintzen zaio arreta	519
35. Taula: Edukien gaineko kontrola	519
36. Taula: Telebistaren eguneroko errealitatea	520
37. Taula: Telebistaren bizipena	520
38. Taula: Telebistaren erabilgarritasun eta arriskuak	520
39. Taula: Telebistaren aukerak	521
40. Taula: Belaunaldietan partaidetza	522
41. Taula: Belaunaldien arteko ezberdintasunak	522

GRAFIKOEN AURKIBIDEA

1. Grafikoa: Aisiaren tipologiak	75
2. Grafikoa: Batez besteko gizarte-denbora, jarduera-motaren arabera	168
3. Grafikoa: Partaideko batez besteko denbora jarduera-motaren arabera	169
4. Grafikoa: Batezbesteko gizarte-denbora	170
5. Grafikoa: Kodeketa fokalizatua eta adin-taldeak (pasarte kopurua, pilatua)	289
6. Grafikoa: Kode egituratzaileak adin taldeka (ehunekotan, egindako galderak)	293
7. Grafikoa: Telebistarekin lotutako aisiaren koordinatuak: garrantzia erlatiboa orotara	382
8. Grafikoa: Aisiaren koordinatuak eta adin taldeak	398
9. Grafikoa: Telebista, aisiaren koordinatuak eta generoa	399
10. Grafikoa: Telebista, aisiaren koordinatuak eta generoa: karakterizazio orokorra	400
11. Grafikoa: Telebista, aisiaren koordinatuak eta adin-taldeak: karakterizazio orokorra	401
12. Grafikoa: Gazteak taldearen telebistarekin lotutako aisiazko koordinatuen garrantzia erlatiboa (ehunekotan, idatzizko kontakizuna) eta aisiaren norabidea	402
13. Grafikoa: Gazteak taldearen gai nagusiak telebistarekiko harremanean: ahozko kontakizuna	403
14. Grafikoa: Helduak 1 taldearen telebistarekin lotutako aisiazko koordinatuen garrantzia erlatiboa (ehunekotan, idatzizko kontakizuna) eta aisiaren norabidea	406
15. Grafikoa: Helduak 1 taldearen gai nagusiak telebistarekiko harremanean: ahozko kontakizuna	410
16. Grafikoa: Helduak 2 taldearen telebistarekin lotutako aisiazko koordinatuen garrantzia erlatiboa (ehunekotan, idatzizko kontakizuna) eta aisiaren norabidea	411
17. Grafikoa: Helduak 2 taldearen gai nagusiak telebistarekiko harremanean: ahozko kontakizuna (parte-hartze kopurua, kode fokalizatuen arabera)	413
18. Grafikoa: Nagusiak taldearen telebistarekin lotutako aisiazko koordinatuen garrantzia erlatiboa (ehunekotan, idatzizko kontakizuna) eta aisiaren norabidea	414
19. Grafikoa: Nagusiak taldearen gai nagusiak telebistarekiko harremanean: ahozko kontakizuna (parte-hartze kopurua, kode fokalizatuen arabera)	415

INTRODUCTION

CONTENTS
1. ABSTRACT
2. LABURPENA
3. JUSTIFICATION
4. RESEARCH FRAMEWORK
5. SCOPE, OBJECT AND OBJECTIVES OF THE STUDY
6. METHODOLOGY
7. STRUCTURE OF THE THESIS

1. ABSTRACT

Television is an everyday reality for millions of people, and arguably one of the most important factors influencing media-related leisure at the beginning of the 21st century. Aware of its centrality in everyday life, the thesis titled “Televisual leisure relationships of generations: a case study of four age-groups in Biscay”¹ provides a qualitative exploration of the relationship with television of nine focus groups and six in-depth interviews organised in four age groups (Youngs, Adults 1, Adults 2 and Elder) and a model for its interpretation from the humanist leisure perspective.

Bridging the gap between Leisure Studies and Audience Research is fundamental and fertile in its possibilities, especially as media inserted in a changing media ecosystem become increasingly significant in defining leisure in contemporary societies, opening new challenges that can and must be addressed jointly. A qualitative approach is proposed to overcome the fact that Audience Studies of television have largely focused on the quantitative analysis of media consumption, while research practices traditionally associated with Leisure Studies such as time budgets have tended to measure observable activities overlooking the meanings given to and taken from those same practices.

It is argued that adapting the concept of leisure experience to the field of TV audiences is key for a better understanding of the present and future forms of television, and a new model for audience analysis is hereby proposed that blends the polysemic status of leisure and television in a transforming media ecosystem. The detailed and systematic analysis and codification of the participants’ discourse provides the ground for a conceptual comparison between age-groups and for building a general interpretative framework of televisual leisure relations with television.

Significant differences are confirmed between the different age-groups, as well as important parallelism between people belonging to the same age-cohort. Based on these similarities and dissimilarities and on the account of generations received from the participants, a leisure ontology of television is proposed. It is concluded that television is an intergenerational leisure artefact, formed for and from leisure, and that generational belonging and differentiation play a significant part in framing the everyday reality of television.

Key words: Television, Leisure Studies, Audience Research, experience, media ecosystem.

¹ “Belaunaldien telebistarekiko aisiazko harremanak: Bizkaiko adin talde ezberdinen kasu azterketa” in the original.

2. LABURPENA

Telebista milioika pertsonen eguneroko errealitatearen parte da eta XXI. mendearen hasieran komunikabideekin lotutako aisiarengan eragilerik garrantzitsuenetarikoa dela esan daiteke. Egunerokotasunean telebistak duen zentraltasunak jabeturik lan honek lau adin-taldetan banatutako (Gazteak, Helduak 1, Helduak 2, Nagusiak) bederatzi eztabaida talde eta sei sakoneko elkarrizketaren telebistarekiko harremanen esplorazio kualitatiboa eta aisia humanistaren perspektiban oinarritutako interpretazio eredua eskaintzen ditu.

Aisiazko Ikaskuntzen eta Ikus-entzuleriaren Ikerketaren artean zubi-lana egitea ezinbestekoa eta emankorra da, komunikabideek egungo gizarteetan aisia definitzeko agertzen duten garrantzia hazkorra ikusirik. Komunikabideen ekosisteman ematen ari diren aldaketek erronka berriak ez ezik, erronka hauei eremu bietatik elkarrekin erantzuteko aukerak ere zabaltzen dituzte. Erronka hauei erantzun aldera hurbilketa kualitatiboa proposatzen da lan honetan, Ikus-entzuleriaren Ikerketa batez ere komunikabideen kontsumoaren azterketa kuantitatibora bideratu baita, eta denbora-aurrekontuak bezalako Aisiazko Ikaskuntzekin lotutako ikerketa jarduerak jarduera behagarrien neurketa hartu izan baitute ardatz, jarduera hauetatik eratorritako esanahiei entzungor eginik sarri.

Aisiazko esperientziaren kontzeptua telebistaren ikus-entzuleriaren eremura egokitzea gakoa da telebistaren egungo eta etorkizuneko formak hobeto ulertzeko. Hartara, ikus-entzuleriaren azterketarako eredu berri bat proposatzen da, aisia eta telebistaren adiera anitzeko izaera barne hartzen dituen eraldatzen ari den komunikabideen ekosistemaren baitan. Parte-hartzaileen kontakizunaren azterketa eta kodeketa sistematikoak adin-taldeen arteko kontzeptuzko alderaketarako eta telebistarekin lotutako aisiazko harremanen marko interpretatibo orokorrerako oinarriak eskaini ditu.

Ezberdintasun esanguratsuak aurkitu dira adin-taldeen artean, baita antzekotasun nabarmenak ere adin-tarte bereko pertsonen artean. Kasu azterketan aurkitutako antzekotasun eta ezberdintasunetatik eta parte-hartzaileek belaunaldien inguruan esandakotik abiatuta proposatzen da telebistaren aisiazko ontologia, eta telebista belaunaldien arteko aisiarako eta aisiazko artefaktua dela eta belaunaldien partaidetzak eta ezberdintzeak telebistaren eguneroko errealitatearen eraikuntzan garrantzi handikoak direla ondorioztatzen da bertan.

Hitz gakoak: Telebista, Aisiazko Ikaskuntzak, Ikus-entzuleriaren Ikerketa, Esperientzia, komunikabideen ekosistema.

3. JUSTIFICATION

Media-related leisure has gained increasing psychological, sociological and economic weight in industrialized societies to such a degree that it can be argued that leisure and media have become inseparable concepts for the majority of the citizens of affluent societies. Today it becomes increasingly difficult to portray the leisure of a 21st century citizen without considering the media texts (written, audiovisual, digital, analog.) that she or he consumes and participates in. Mass media have become meaningful elements in the everyday life of individuals and communities in postindustrial and developing countries alike. Citizens' everyday spaces —sitting and sleeping rooms, class rooms, cultural centers, pubs, vehicles—and daily times -routines, habits, frequencies, periods—are saturated with media texts. Individuals of economically developed countries spend most of their free time watching television, listening to the radio, surfing the internet, playing on the game console. Media have become omnipresent, and they have done it especially through leisure (Cuenca Amigo & Landabidea Urresti, 2010). Today, it is unavoidable to study leisure when considering media as well as studying media when considering leisure.

Television provides a fertile conceptual and empirical starting point for the exploration of the leisure experiences of media audiences. Studying TV and its audiences from the perspective of Leisure Studies is justified both because of the massive aggregate time that is destined to it in and because of its contested but not still overthrown centrality in a rapidly changing digital media landscape: both the present and future of television are critical areas for Leisure Studies. Traditional Audience Research methods have been mostly interested in counting and weighing the time we spend in front of the screen and trying to measure the effects and range of media in their audiences, but have been less succesful in providing answers to questions such as how and why do we insert television in our dailyness, what meanings does TV imbue into people's everyday life or which pleasures do we find in our relations with it.

Leisure and Audience Studies can no longer avoid these challenges. Media have become, along with tourism, major social manifestations of leisure in contemporary societies and, as objects of human choice and the specific articulations of human freedom, are an increasingly valued part of human life (Aristegui Fradua & Silvestre Cabrera, 2012). This thesis aims to contribute to the understanding of the choices behind audience figures analyzing the meanings that people build in relation to television and the roles that TV plays in their everyday life. A model for the analysis and interpretation of audiences' televisual leisure experiences is presented for that purpose.

4. RESEARCH FRAMEWORK

The term television, far from a unique meaning traditionally associated to it, refers to multiple realities: a household electronic device, a social institution, a content production and distribution system, a leisure resource, a leisure practice, an industry, a market and so on. Alain Le Diberder and Nathalie Coste-Cerdan refer to it as an unknown social object, our society's "immense and central object, which, unable to avoid, we stop perceiving, like the totem, expressing and concentrating all the hopes and fears of the modern tribe" (Coste Cerdan & Le Diberder, 1990: 12).

TV, in its more traditional as well as most interactive and transmedia forms, is, in Javier Callejo's words, a media of multiple identities which accumulates socially represented attributes, such as of that of the audience who represents itself in front of the TV set (Callejo, 1995). Beyond the specific devices and their technical specifications, this thesis is concerned with the concept of television that people construct and experience in their relations with it: how do they watch, talk, understand, love, hate, take into consideration and reject TV in their everyday lives. The object of study of this thesis is the television capable of enabling or making impossible, that facilitates or prevents, limits or conditions leisure experiences in relation to it.

Interestingly, the concept of leisure shares its polysemic nature with that of television, to the point that it is difficult to determine what it is and what it is not leisure. Despite the rich and colourful development of interdisciplinary Leisure Studies during the 20th century, especially in the 1990s, a conclusive and universal definition of leisure remains elusive. Although leisure theorists adventure different definitions like the one proposed by Robert Stebbins "Leisure may be defined as: uncoerced activity engaged in during free time, which people want to do and, in either a satisfying or a fulfilling way (or both), use their abilities and resources to succeed at this" (A. R. Stebbins, 2005), or the one by the Institute of Leisure Studies, "Broadly, Leisure comprises freely chosen experiences and actions, carried out in areas of freedom, without primarily utilitarian objectives, and which report satisfaction to the individual" (Maiztegui, Martinez, & Monteagudo, 1996), John Neulinger's proposition is also generally accepted that perhaps it is best to realize that there is no answer to this question, or better, that there is no correct answer (Neulinger, 1981).

Furthermore, as Leisure can be studied from different paradigms, each perspective tends to highlight certain characteristics, while overshadowing others. Indeed, a too simplistic definition becomes problematic when confronted with the nuances of everyday human experience. Traditionally understood in terms of opposition with work—leisure as rest and

recuperation from work or as an antidote to the stresses and strains of modern life (Haywood et al., 1995) —the concept of leisure has undergone continuous transformations through history, and has reached a relative conceptual and theoretical emancipation, possibly induced by its explosively growing social relevance. Considered until very recently to be a danger or a secondary matter, today it is understood as a field of development and identification in its own right (Cuenca Cabeza, 2010).

On the one hand, from an objective point of view leisure has to do with available free time, with the time period spend on doing something, with the resources used and related actions. It refers to the employed materials, occupied spaces, repeating habits and practices that are carried out. On the other hand, a subjective standpoint gives more relevance to the satisfaction, pleasures and meanings that can arise from the experience. Leisure is an area of human experience which is searched for and composed of freely chosen pleasant activities, but its outcome will never be entirely dependent on the action itself or upon the subject's free time or indeed economic or education level.

As long as leisure is a personal experience, being at the same time individual and social, it cannot be understood as a completely subjective phenomenon because a person's life always will be situated in a specific social and material context. From the humanist leisure perspective of the Institute of Leisure Studies of the University of Deusto, leisure is, at the same time, a social phenomenon, an integral personal experience, and a basic human right. This threefold meaning has been explored by the author in relation to the television in his Research Sufficiency dissertation (Landabidea Urresti, 2009c) and represents the theoretical starting point of the current PhD thesis.

Marie Gillespie states that media are cultural institutions that trade in symbols, stories and meanings, and that, as such, shape the forms of knowledge and ignorance, values and beliefs that circulate in society (Gillespie, 2005). It is this trade in meanings, stories and symbols that constitutes the core of their social relevance as manifestations, enablers and conditioners of leisure, which this thesis aims at exploring. The meanings of television and leisure are not fixed, but change along history and through human groups and individuals.

Exploring the everyday connections that different age-groups make between TV and leisure will be one of the keys elements to understand their conceptions of what place television has in their lives and to discern the evolution of these two terms, charged with multiple meanings. Comparing the discourse of different age-groups regarding their relationship with television and their account of generational belonging, allows us to explore the possibilities and manifestations of social and individual interactions with television.

5. SCOPE, OBJECT AND OBJECTIVES OF THE STUDY

This study aims at contributing to the fields of Leisure Studies and Audience Research with an analysis of the audiences' leisure relations with television that goes beyond the counting of time and the analysis of the textual content of the medium. The thesis explores television not as a particular communication technology or a specific leisure practice, but as a complex, multi dimensional entity framed by and framing the leisure experience of its audiences.

Given that "Television does not mean what it once did" (Shimpach, 2010: 1), it follows that neither does the study of its audiences. While time and space have been the main parameters in the past century, it is argued that XX1st century Audience Studies should deepen in the leisure experience of individuals and communities. This is the concern that the present project has been initiated with, and the main contribution that it aims to make: to provide a model to approach television as an enabling, limiting, conditioning and changing reality of leisure experiences.

The questions underlying this study aim at understanding the place of television in the everyday leisure of different generations, and can be summarized as the following research questions:

- What relationships do people of different age groups establish with television in their everyday life? How many of them belong to the field of leisure?
- How are leisure time, leisure practices and leisure experiences articulated in the discourses of informants in relation to a television inserted in a scenario of rapid technological changes? How do they perceive the opportunities and limitations of digital convergence?
- Can similarities and differences be found between age groups regarding their leisure relationships with television? Are generations and generational belonging explanatory factors for these parallelisms and divergences?
- What is the nature of television's reality from a humanist leisure perspective?

These research questions lead us to the following formulation of the objectives of the study, divided in a main objective and with four specific objectives, divided in turn into sub-objectives:

Main objective

To explore the relationships with television of four different age groups from the perspective of humanist leisure in order to propose a theoretical model able to analyze, interpret and provide an explanation for the differences and similarities between generations.

Specific objectives

1. To cross-fertilise the fields of Leisure Studies and Audience Research combining their contributions to an exploration of a television in transition.
 - a. To review classic and contemporary conceptions of leisure from different linguistic and disciplinary traditions and to adapt them to an integral approach to televisual leisure.
 - b. To situate television in relation to other media and new media practices in the context of a multi-faceted multimedia convergence.
 - c. To integrate the most relevant contributions from Audience Research in order to update the working definitions of audience and audiencehood beyond the measurement of exposition to the medium.
2. To provide a qualitative methodological framework for analysing the discourse of participating subjects in relation to their attitudes, emotions and feelings in the use of television in their everyday lives.
 - a. To take advantage of the opportunities and benefits of the case study for an in-depth study of a subjective account of the everyday experience of television.
 - b. To create a coherent and systematic coding architecture enabling subsequent and dynamic inquiries to the corpus.
3. To identify and compare the key structuring elements of various age-groups' relation with television and their conception of it following the proposed integral approach to televisual leisure.
 - a. In relation to the practices related to television.
 - b. In relation to the conceptualisation and experience of spare time.
 - c. In relation to the experience and understanding of televisual leisure.
4. To introduce a model for the analysis, interpretation and explanation of audiences' leisure that takes television as a framework for leisure experiences.
 - a. To characterise the observed features of televisual leisure coordinates.
 - b. To interpret the characteristic leisure relationship of the age-groups with television.
 - c. To provide a global interpretative framework of the case study.

- d. To advance an explanation of the significance of generations and how they frame leisure relationships with television.

These objectives establish the scope and constitute the guide lines of the study as well as the ongoing concerns of the researcher, which are tackled, from different angles, in the different chapters. In order to initiate and enable the investigation, one main hypothesis and seven working hypotheses have been formulated:

Main hypothesis

The different contacts and experiences with media that different generations have had during the course of their life have shaped distinctive leisure relationships with them. Television, far from being the exception, is the paradigm of the crystallization of these transformations, the epitome of generations' distinct ways of relating to media in constant transformation.

Working hypotheses

- a. Different people establish and develop different relationships with TV. Television viewers show different skills, goals, strategies and usages of TV, and they result in different experiences, including those of leisure.
- b. Both media and the way audiences engage with media are changing profoundly. Different generations have had different contacts with media along their lifetime that result in distinct developments in expertise and interests, and therefore to different ways of engaging with media, which may be perceived as constituent and characteristic of generations.
- c. The skills, goals, strategies and habits related to TV consumption are different between age-groups, due to differences in expertise with information and communication technologies, media literacy levels and personal and social agendas, but age alone can not explain on its own the existing differences in the leisure relations with television.
- d. Leisure relationships with television are complex and varied and are not exhausted by quantitative audience measurements, nor determined by broadcast content alone. The univocity of "watching television" is deceiving, as it hides different motivations, uses, gratifications and meanings that audiences encounter and build in a practice inserted in everyday customs, styles and leisure repertoires.
- e. Televisual leisure experiences do not necessarily start when switching on the TV set nor end when it is switched off. The relations with television are more overarching than direct exposure.

- f. The experience of the subject of televisual leisure can only be known through her/his own account. The systematic analysis of the informants' discourse can provide an insight into the lived world of individuals and collectives and an exploration of leisure as a subjective phenomenon.
- g. A language based approach (through focus groups and in-depth interviews) can provide a better understanding of what television is for the informants and what places it has in their everyday life. An analysis of the participants' discourse allows the exploration of the terms employed and the way they are articulated in their own words and dialect, enabling an examination of the subjects' experience according to their own coordinates.

These working hypotheses will be revised in the conclusions section in order to ascertain their validity in light of the process and results of the study.

6. METHODOLOGY

As stated in the previous section, the aim of this thesis is not to study the times and spaces where and when different age groups of Biscayans watch TV (when, where, how much, how many times...) the contents they consume (what, how, through which channels...), or to identify general trends in Basque television audiences, but to collect and compare the participants' discourses in order to understand their leisure relationships with television.

Therefore, the methodological ambition of the thesis is one of understanding, not of totality (Velasco & Díaz de Rada, 2006). The in-depth case study of different age-groups of Basque speakers provides an opportunity for a detailed examination of particular cases (Flyvberg, 2004) that can be used to generate new theory and advance explanatory hypotheses. This approach will enable a necessarily incomplete but intensive exploration of the meanings and pleasures found in and built around television. Following the ethnographic statement that experience shows that intensive study provides understanding whereas extensive doesn't (Herskovits, 1954), systematic examination of the participants' accounts, as well as the detailed coding and recoding processes becomes necessary. This study does not seek any territorial representation in the sense of generalising the findings to all the population of Biscay, but to begin to unravel the multiplicity of meanings that television has in the leisure life of people.

The nature and complexity of the phenomenon of human experience requires a qualitative approach for its understanding. As stated by Chris Rojek, what is needed here is more an ideographic approach than a nomothetic approach: a non-generalizing methodology, more than a generalizing one (Rojek, 2009). As the interest lies in the construction of meaning and in the living of meaningful recreation, entertainment and leisure experiences, the object of study can only be approached through the narration of these experiences, as it only occurs within the person, never outside it. The importance, meaning and significance that the audiences grant to television can only be known through their own expression. That said, the qualitative nature of the study is not presented as opposed or rival to other quantitative approaches, but as complementary and mutually binding. While this thesis is settled in the qualitative tradition, it remains open to contributions from and to other approaches.

The field work has been conducted through the combination of two methodological techniques: the focus group (following a maximum variation sampling) and the in-depth interview (with the selection of critical cases) based on the same semi-structured and dynamic questionnaire. This was followed by a written account of the participants.

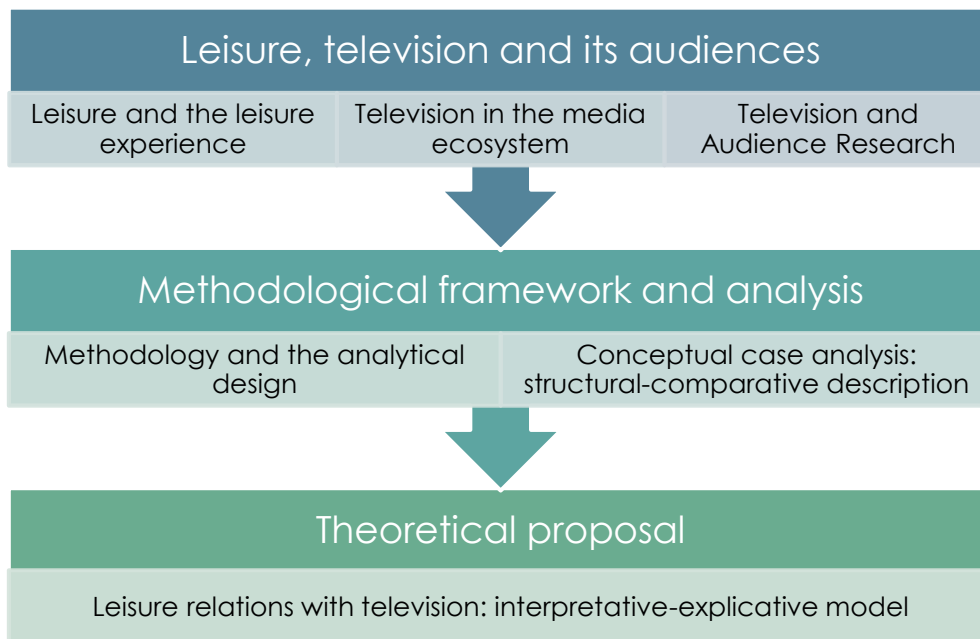
Two pilot focus groups have been performed, one in Spanish and another one in Basque, which have helped to pre-test the interview and group-discussion scripts and to determine their limits and reach regarding the objectives proposed. Apart from the pilot Focus group in Spanish, which has not been included in the analysis, all the fieldwork has been conducted in Basque and transcribed verbatim.

The successive stages of data analysis and coding, as well as the information retrieval and visualization has been aided by the Atlas.TI software, which has proven an invaluable aid in the systematic analysis and the generation theoretical categories following the QDA model.

7. STRUCTURE OF THE THESIS

This PhD thesis has three distinct parts, corresponding to three moments of the study: the theoretical review of the relevant bibliography, the methodological design and the analysis of the case study and the resulting theoretical proposal. These three sections are preceded by a general introduction of the study and followed by a last chapter including the conclusions, limitations and subsequent steps.

FIGURE 1: GENERAL STRUCTURE OF THE THESIS



Source: self made

The first part, “Leisure, television and its audiences”, provides the theoretical framework for the thesis and explores the contributions of Leisure Studies and Audience Research on a triple basis. The first chapter, “Leisure and leisure experiences” starts with the concept of leisure being examined through the bibliographical revision of contemporary and classic sources in English, Spanish and Basque. A brief etymological account is provided in order to outline the evolution of the different concepts of leisure, and their changing historical significations.

An introduction to Leisure Studies follows, starting with the conceptualisation and problematisation of leisure as a field of scientific interest and its development as an interdisciplinary area of enquiry, with a summary of the most salient contributions from different disciplines. Then, three different angles of researching leisure are presented: leisure practice (or the objective point of view), leisure experience (or the subjective point of view) and the right to leisure (the political or normative point of view).

After defining the etymological and interdisciplinary background, a humanist leisure perspective is presented including its core notions and values, and the leisure coordinates as ideal types of leisure. A restatement of the different dimensions of leisure linked to the leisure coordinates and a review of leisure typologies thus follow. The chapter ends with a

reassessment of the most relevant concepts examined and articulated in the integral approach to televisual leisure: the Astia-Aldia-Aisia model², which will be central throughout the study.

The second chapter, “Television in the media ecosystem” draws attention to television as a system of production, distribution and consumption of audiovisual contents inserted in a scenario of social, technological and industrial changes. The concepts of space and landscape are put forward as illustrative metaphors of the relations between media and within media. Media convergence is analysed in its technological and industrial sense through an historical report of different media (cinema, radio, internet, press, television and the cases of crossmedia and transmedia), and a conclusion is reached that it is a phenomenon which exceeds the industrial and technological transformations and thus requires a reformulation of the concept of participation and agency in the media ecosystem.

The final section of the chapter introduces the notion of a media ecosystem as a complex network of interactions between media and audiences. The precedents of media ecology are reviewed and a televisual ecosystem is proposed, along with a redefinition of the relations between television and its audiences that necessarily put into question what is television, and what is watching television in the evolving contemporary media scape.

The third chapter puts the spotlight on television studies and Audience Research. Firstly, the concepts of audience and publics are examined through a revision of audimetry and exposition and the idea of multiple publics’ presence as witnesses. New definitions of viewers³, audiencehood and audiences are proposed by adapting previous notions to the object of study. Next, the relevance and necessity of researching television audiences is stressed considering the temporal and spatial dimensions of television in relation to the limits shown by traditional Audience Research. Six critical areas of Audience Studies are then discussed: Cultural Studies, reception and participation, audience in the family, meanings and pleasures of television, age-groups and generations and orality in Audience Research.

Finally, an overview of European Audience Research is proposed, starting with a panoramic view of key European countries’ Audience Research traditions, following with a synthesis of the current development of quantitative and qualitative approaches in the field and concluding with an account of the contributions in the Basque language to Audience Studies.

² *Astia* in Basque stands for free or spare time, *aldia* means the time or period where something takes place, and *aisia* stands for leisure. The three vertices model allows an integral approach to the relations with television, articulating both objective and subjective elements into it.

³ It must be noted that the Basque word for “viewers”, *ikus-entzuleak* includes both viewing (*ikusi*) and hearing (*entzun*), thus referring to the complex status of the televisual text.

The second part, “Methodological design and analysis”, focuses on the methodology and empirical aspects of the case study. The fourth chapter details the methodological and analytical design of the study, starting with a summary of the purpose, objectives and hypotheses of the research. The general methodological perspective of the thesis is then introduced, pausing at the notion of experience as a key element, the logics of ideographic and nomothetic with quantitative and qualitative research and an examination of the figure of the case study and its implications for the study.

Next, the methodological techniques employed in the fieldwork are presented, along with the case-selection criteria. Focus groups and in-depth interviews are described and related to the aims of the study, and the semi-structured script and the participants’ written questionnaire are presented and discussed in relation to the object of study, as well as an account of the informants’ profile based on the selection criteria.

Thirdly, the Computer Assisted Qualitative Data Analysis Software ATLAS.ti is introduced as a key resource for organising, analysing and visualising information. Its core elements are then briefly presented, including Hermeneutic Units, Primary Documents, Codes, Quotes, Families and Memos. Three information recovery and management tools are then described that have proven to be strategic in the study: the Query Tool, the Co-occurrence tools and the Network Views. Lastly, the global analytical and coding strategy are presented, along with a description of the main code families (attribute coding, focused coding, structuring coding, in vivo coding and theoretical coding) and the role of triangulation in the construction of the interpretative-explanatory model.

Chapter five, “Conceptual case analysis: structural-comparative description”, provides a conceptual comparison between the studied age-groups following the integral approach to televisual leisure, i.e. the Astia-Aldia-Aisia model. The practices related to television are first examined including what is watched in television and when, the times of television in everyday life, the quantity of television, the places where television sets are located, the channels of major extension, television and company, simultaneous activities in front of television, the specific contents of television, the attention to television, television as a topic of conversation, zapping and advertisements, adjacent technologies of television, online television and pay-per-view television.

Subsequently, the concept of free time is explored in its relation to television, starting with the notion of one’s own spare time, continuing with television’s relative importance in this spare time and the nature of the time of watching television and ending with the different practices and experiences of television during working days and holidays. Lastly, televisual leisure is

described and compared: the concept of television and the understandings of its reality, television's evaluation, emotions and experiences related to television, uses of television, definitions of television and the ideals of television.

Finally, the third part introduces the general theoretical proposal grounded in the previous analysis for the interpretation and explanation of leisure relations with television in the sixth chapter: "Leisure relations with television: the interpretative-explicative model". The chapter is divided into four sections. First, the general characterisation of televisual leisure experiences is introduced and the four coordinates of humanist leisure explored by combining the written and oral account of the participants. Then the four age-groups are compared and characterised in terms of their relationships to television. Following this double characterisation, the connection between the age-groups and generations is explored based on emic and etic perspectives and the relevance of generational belonging and generational differentiation.

Lastly, the interpretative-explanatory model of the case study is brought forth, detailing the recodification and categorisation process and proposing an interpretative framework of televisual leisure relations based on the integral approach of the Astia-Aldia-Aisia model. The chapter is concluded with an explanatory hypotheses of television's leisure ontology and the role of generations in its framing.

LEHENENGO ATALA. ABIAPUNTU TEORIKOA: AISIA, TELEBISTA ETA IKUS-ENTZULERIAK.

EDUKIAK

1. KAPITULUA. AISIA ETA AISIAZKO ESPERIENTZIA.

1.1. TERMINOLOGIA: AISIAREN DEFINIZIOA

1.2. AISIAREN ESANAHIAK

1.3. AISIAREN ETA AISIAZKO IKASKUNTZA

1.4. AISIA HUMANISTA

1.5. TELEBISTAREKIN LOTUTAKO AISIARAKO HURBILKETA

INTEGRALA: ASTIA-ALDIA-AISIA EREDUA

1.6. LABURBILDUZ

2. KAPITULUA. TELEBISTA KOMUNIKABIDEEN EKOSISTEMAN.

2.1. KOMUNIKABIDEAK ETA ESPAZIOA

2.2. KOMUNIKABIDEEN BATERATZEA

2.3. KOMUNIKABIDEEN EKOSISTEMA

2.4. LABURBILDUZ

3. KAPITULUA. TELEBISTA ETA IKUS-ENTZULERIAREN IKERKETA.

3.1. IKUS-ENTZULERIAK DEFINITUZ

3.2. ZERGATIK AZTERTU TELEBISTAREN IKUS-ENTZULERIAK?

3.3. IKUS-ENTZULERIAREN IKERKETAREN ARDATZAK

3.4. EUROPAR PANORAMA IKUS-ENTZULERIAREN IKERKETAN

3.5. LABURBILDUZ

Bethi gure naturalezak aisiyen billatzerat gakarzke.

Alexandre Mihura, Andredena Mariaren Imitacionea.

I. KAPITULUA. AISIA ETA AISIAZKO ESPERIENTZIA.

Lan honen hiru ardatz teoriko nagusietako lehenengoa izanik, aisia terminoaren argiketa eta zehaztapen kontzeptual bat beharrezkoa da beste ezer baino lehen. Hein horretan, hasieratik bertatik ohartarazi beharrezkoa da aisiaren esanahia testuinguru historiko eta sozial ezberdinetan aldatu duen eta aldatzen jarraitzen den errealitatea dela, eta, areago, egunetik egunera aldatzen ari diren hedabideekin lotutako aisiaz ari garenean.

Hori dela eta, “aisiaren esanahiak” atalean, aisia definitzeko izan diren saiakera eta ikuspegi ezberdinak azaltzeaz gainera, ibilbide bikoitza landuko dugu hiru hizkuntzetan (ingelese, gaztelania eta euskara), aisiaren egungo esanahiak argituz lehenengo, eta aisia hitzaren garapena eta jatorria azalduz segidan. Bestela esanda, aisia hitzaren adieraziak eta adierazleak aztertuko ditugu, hurrenez hurren, aisiaren egungo adierak eta terminoaren garapenari erreparatuz. Helburua aisiaren egungo esanahia eta esanahi hauen jatorri eta eraldaketei begiratu bat egitea da, betiere garatzen ari den kontzeptuaren izaera konplexu eta aldakorra aitortuta.

Bigarren zatian, Aisiaren Ikaskuntzen diziplina arteko ibilbide labur bat proposatzen dugu eremuaren ekarpen nagusiak gogora ekarriz eta aisiaren ikerketaren paradigma objektiboa eta subjektiboa uztartuz, bigarrenak lan honetan pisu handiagoa izango duen arren.

Ondoren, Aisiazko Ikaskuntzen Institutuak oinarri duen Aisia Humanistaren oinarritzko ardatz teorikoak diren aisiaren koordinatuak aurkeztuko ditugu, berauon dimentsio nagusiak eta tipologia deskribatuz. Amaitzeko, aisiaren hurbilketa integralerako Astia-Aldia-Aisia eredu teorikoa aurkeztuko dugu, berau iker-objektua den telebistarekin lotutako aisiaren esparruan kokatuz.

1.1. TERMINOLOGIA: AISIAREN DEFINIZIOA

Sebastian de Graziak esana da ezin dela aisiarik izan, aisia zer den ez dakigunean (De Grazia et al., 1962). Hala ere, aisiaren esanahiak askorikoak, haren mugak lausoak eta berau ulertzeko moduak zeharo ezberdinak dira une historiko batetik bestera, eta kultura batetik bestera. Torkildsen-ek jasotzen duen legeez, sarri definizioak baldintza sozial, ekonomiko eta politikoen isla dira (Torkildsen, 2005). Definizioak garaia-aren produktuak dira, proposatuak izan diren une historikoaren baldintzak, eta definitzaileen joera kultural eta ideologikoak islatzen dituztelarik.

Hizkuntzei dagokienez, antzeko zerbait gertatzen da, hizkera bakoitzak, bere adierazleak ez ezik, bere adieraziak ere gordetzen ditu giza esperientziaren alor honekiko harremanetan, berezitasun, ñabardura, indargune eta ahultasun espezifikoekin. Lan honek hiru hizkuntza tradizioetatik edaten duenez (Ingelesa, Espainiera eta Euskara), hiru izango dira galderari erantzuten saiatzeko eta lan honetan erabiliko ditugun kontzeptuak eta terminoak argitzeko aztertuko ditugun berbak: *Leisure*, *Ocio* eta *Aisia*. Hizkuntza hedatuenetik gutxituenara ekingo diogu azterketari, ingelesa, gaztelania eta euskaraz, egungo esanahi komunenak aztertu eta hitzaren jatorrira joz gero, elkarbizitza nahasi honetan aurki ditzakegun adieratatik ikasteko asmoz.

1.2. AISIAREN ESANAHIAK

Aisia zer den eta zer ez den behin-betiko zehaztea ez da auzi samurra, hitz polisemikoa baita, adiera eta esanahi ezberdinduna. Aisiaren oinarritzko definizio unibertsalak iheskor dirau orain ere, Aisiazko Ikaskuntzak XX. mendearen bigarren erdian eta, batez ere 90eko hamarkadan zehar modu aberatsean garatu diren arren.

Horretarako saiakerak, ugariak ez-ezik, askotarikoak izan dira Aisiazko Ikaskuntzen historian. Robert Stebbins kanadarrarentzat “Aisia astialdian egiten den behartu gabeko jardueratzat” har liteke, zeina jendeak egin nahi duen eta modu asegarri edo betegarri batean (edo bietara) haien gaitasun eta baliabideak bertan arrakasta izateko bideratzen dituen”⁴ (A. R. Stebbins, 2005: 349). Aisiazko Ikaskuntzen Institutuak laurogeita hamargarreko hamarkada oparo hartan ere egin zuen bere lehen oinarritzko definizio horretara hurbiltzeko ekarpena Aisiaren Thesaurusean: “Planteamendu zabal batetik, Aisiak borondatez aukeratutako esperientzia eta ekintzak hartzen ditu bere baitan, askatasuneko

⁴ “Leisure may be defined as: uncoerced activity engaged in during free time, which people want to do and, in either a satisfying or a fulfilling way (or both), use their abilities and resources to succeed at this.”

esparruetan aurrera eramanez, eta gogobetetasuna dakarkiona norbanakoari”⁵ (Maiztegui et al., 1996: 21). Veblenek bestalde, “denboraren kontsumo ez-produktibo”⁶-arekin lotu zuen sinpleki (Veblen, 1899: 27).

Hala ere, badago baita aisiaren definitze edo mugatze saiakeren artean gehiegizko definitzearen aurka agertzen denik ere. John Neulinger psikologo eta aisiaren teoriarariarentzat adibidez “Agian onena galdera honek erantzunik ez duenez ohartzea litzateke, edo hobe, ez duela erantzun zuzenik”⁷ (Neulinger, 1981: 1). Izan ere, aisia paradigma ezberdinetatik iker eta azter daiteke, eta ikuspuntu bakoitzak ezaugarri batzuk argitu eta beste batzuk ilunduko ditu ezinbestean (Haywood et al., 1995; Cuenca, M., 2010).

Berez, historian sarri hartu da aisia zentzu ezkorrean, ukazioaren zentzuan, alfertasun eta nagikeria gisa. Zentzu horretan pertsonaren bigarren mailako aldetzat hartu da, esanahi gutxiko bizitzaren hondakintzat, edo, kasurik onenean, lanean egindako ahaleginaren ordaintzat (Madariaga Ortuzar, 2008: 113). Ruiz Olabuenagak *Aisiaren Erronkak* lanean aisiaren naturak berak jarrera kontrajarriak eragin ditzakeela ohartarazten zuen gerora *OcioAldi* bilakatuko zen *Tiempos de Ocio* jardunaldietan 1995ean: “Aisiak, bere izaeragatik, sentipen kontrajarriak eta aurkako planteamenduak sortzen ditu. Batzuen esanetan aurrekaririk gabeko iraultza kulturala dena besteentzako elkarbizitza arduratsuen zutabea den lanaren etikari azpia jan diezaiokeen amua da”⁸ (Ruiz Olabuénaga, 1996: 13: 13).

Aisia gizakia bera bezain zaharra dela suma dezakegu, mundu osoko giza-kultura eta gizarte guztiek agertzen baitute jolas eta aisiarako joera, baina aisiaren berezko errealitatea izendatzeko gizakiak asmatu dituen hitzen artean lehenetarikoa da antzinako Grezian heldu zaigun *skholē* (σχολή) berba. Edozelan ere, aisia kontzeptua landu zuten antzinako greziarrentzat ere esanahi ugari zituela gogorarazten dute Santiago Segura eta Manuel Cuencak *El Ocio en la Grecia Clásica* lanean, zentzurik jasoenez gain Aristoteles eta Platonen idazkietan betebeharren premiarik gabeko denbora lasaiari eta bake garaietako jarduera zehatzari egiten baitzaie erreferentzia⁹ (Segura Munguía & Cuenca Cabeza, 2007: 17). Egun dakusagun polisemia, beraz, kontzeptuaren jaiotzetik bertatik aurki dezakegu.

⁵ “Desde un planteamiento amplio, el Ocio comprende experiencias y acciones libremente elegidas, llevadas a cabo en ámbitos de libertad, sin objetivos primariamente utilitaristas y que reportan una satisfacción al individuo.”

⁶ “...the term leisure, as here used, does not connote indolence or quiescence. What it connotes is non-productive consumption of time.”

⁷ “Perhaps it is best to realize that there is no answer to this question, or better, that there is no correct answer.”

⁸ “El ocio, por su misma naturaleza, suscita sentimientos encontrados y planteamientos opuestos. Lo que para unos constituye una auténtica revolución cultural sin precedentes, para otros constituye un señuelo que amenaza con minar la ética del trabajo, pilar de toda convivencia responsable.”

⁹ “El hecho de que los antiguos griegos fuesen los inventores del ocio como concepto no significa que no tuviese, como ocurre ahora, distintos significados (...) esta palabra se utilizaba también al hablar de tiempo sosegado, sin el apremio de las obligaciones o como actividad específica de los tiempos de paz.”

Skholē greziarra hiritar askeei – betebegar eta lan zakartzaileetatik aske zirenei, esan nahi da- zegokien, ez esklaboei, ez eta atzerritarrei ere, eta jatorrian etena, gelditzea, jabaltzea esan nahi du: norberarentzako denbora izatea. Euskaraz astitsu egotearekin lotuko genuke, astia izatearekin, baina ñabardura bat beharrezkoa da: greziar klasikoentzat skholé-a ez da ezerezean egotea, baizik eta gogoia bake eta kontenplazio egoera batean murgiltzeko aukera izatea. Antzinako Grezia esklabistan aisia hiritar askeen berezko jarduerari, ekintza ez erabilkorrari zegokion, zeinen bidez gizakiak adimena modurik berezienean zabaltu, aberastu eta garatu zezakeen. Egoera/aukera hau *Theoria* kontzeptuarekin lotu zuten greziarrek, Platonek berak errealitatea hautemateko eta harriduraz pozteko gaitasuna bezala ulertzen zuen jarrerarekin¹⁰ (Amigo, 2006: 46).

Aisia gizakiaren helburu gorena lortzeko eta zoriontasuna erdiesteko bidea zen antzinako Grezian¹¹ (Segura Munguía & Cuenca Cabeza, 2007: 11), eta eskulan eta zeregin zitaletatik libro zirenek bakarrik izan zezaketenez kontenplaziorako, gelditzeko, eteteko aukera, gutxi batzuen esku baino ez zegoen, ezinbestean. Are gehiago, esklaboen izaera ez zetzan bakarrik haien askatasun faltan, baizik eta haien jarduna modu erabilgarri eta produktiboetara zuzentzean, helburua haien baitan ez eta beste zer baitetan baitzuten (biziraupen materiala kasu), eta hortaz, aisiaren ideialetik aldentzen ziren. Izan ere, ezaguna da Aristotelesek Nikomakorentzako etikan aisiaren inguruan esana: “Zoriontasuna aisian datzala uste dugu, aisia izateko egiten baitugu behar, eta bakea izateko egiten dugu gerra”¹² (Alonso, Martinez, & Aguirre, 2001, 1177b 4-26; Cuenca Cabeza, 2012)

Aristotelerentzat aisiak zereginengandik askatasuna esan nahi du; hau da, lanpetuta egotetik, zeregina izatetik (ogibide edo beharraren zentzuan) eta bizi ahal izateko lan egin beharra izatetik aske izatea (Chuska, 2000: 83). Izan ere, greziar eredua gizartearen estratifikazioaren bidez soilik da bideragarria: esklabutzari esker, gutxiengo batek aisiarako aukera izan zezakeen. Hartara, aurreko atalean aipatu dugun legez, jarduera politikorako aukera (astia) duenak soilik lor dezake hiritartasun osora sarbidea, eta astialdi hau jabegoak bakarrik ziurtatu lezake, bizimodua lanaren bidez lortu behar duenak ezin baitu bermatu bere aisia (Jayapalan, 1999: 46). Nolabait, grezia klasikoko idealaren zirkulua ixten dela esan dezakegu: Aristoteles eta bere garaikideentzat aske izateko ezinbestekoa da aisia izatea, eta aisia izateko ezinbestekoa da askea izatea.

¹⁰ “El que se asombra lleva a cabo de forma pura la actitud que desde Platón se llama *theoría*, sólo posible en la medida en que el hombre no se ha vuelto ciego para la realidad.”

¹¹ “La actividad propia de los ciudadanos libres, a la acción no utilitaria en la que el ser humano podía desplegar, enriquecer y desarrollar la mente de la forma más específica. El ocio era el cauce para lograr el fin supremo del ser humano y el logro de la felicidad.”

¹² “Se cree, que la felicidad radica en el ocio, pues trabajamos para tener ocio y hacemos la guerra para tener paz..”

Bestalde, argitu beharrekoa da baita Aristotelesentzat jolasa -edo olgeta- eta aisia gauza ezberdinak direla. Jolasa beharretik atseden hartzeko bitarteko bezala ulertuko du filosofoak. Aisia, aldiz ez da plazer iturri soila, zoriontasun eta ongizatea ere baitakartza, aisia bera izango da helburua (Anagnostopoulos, 2009: 571). Erromatar Otium-arekin, zein Joseph Pieperrek Greziar skholē-arekin batera mendebaldeko kulturaren oinarritzat hartzen duen (Pieper, 2003: 12) gauza bera gertatzen da, eta esangura ugari biltzen ditu, nahiz sarri erromatar elitearen jarduerari soilik egin izan zaion erreferentzia (Balsdon, 1969; H. A. Harris, 1972; Scullard, 1981).

Greziar skholē berbak bezala, latinezko otium hitzak aisia, astia, bakea eta atsedenaren adierak hartzen ditu testuinguru ezberdinetan, baina oro har otium/nec-otium kontrakotasun ardatzean kokatzen da. Ciceroren arabera, aisia (otium) atseden, jolas eta meditaziorako aukera da, ez alferkeria, eta beharra (nec-otium) bukatu eta beharrera itzultzearen arteko bitartekari funtzioa betetzen du. Erromatarren helburua hortaz, Greziarrentzat ez bezala, beharra izango da, eta aisia beharrerako indarrak berreskuratzeko bide. Otium-aren esangura herrikoia, kaletarra, lehen aldiz masiboa, alderantzizkatua izango da: aisia helmuga eta lana bide zen lekuan, lana helmuga eta aisia bide. Hala ere biak izango dira, Ciceron aburuz, gizaki osoaren osagai: “Biak, aisia eta irabazbidea, dira gizaki osoaren parte, soilik *otium cum dignitate* batzen duena izango da gizaki oso”¹³ (Munné, 1980: 43). Ciceronek, zentzu horretan, pausu bat gehiago ematen du pertsona, hiritar hobezinen, *optimates*-en helmuga deskribatu eta otium cum dignitate horrekin batzerakoan. (Cuenca Cabeza, 2012) :

Zein litzateke orduan, Estatuaren ontzia gidatu behar duten pilotuek begiz jo eta norabidetu behar luketen helmuga? Gizaki osasuntsu, zintzo eta zoriontsu ororentzat onena eta desiragarriena dena: ohoredun bizitza baketsua (*cum dignitate otium*). Berau desira duten guztiak izango dira optimate; lortzen dutenak, gizon gailen eta Estatuaren babesle. Ez baita komeni gizakiak herri-karguan aritzearen ohoreagatik herrestan eramanak izatea haien lasaitasuna zaintzeari utzi arte, ez eta ohoreetatik baztertuko dituen bizimodu baketsuari atxikitzea ere.

Adiera anitzeko terminoa beraz aisia antzinaroan. Gaur egunera ekarrita ere, zenbat buru hainbat aburu aurki daitezke gai honen inguruan. Hamaika laguni aisia zer den galdetuz gero, hamaika erantzun ezberdin jasoko genituzke. Are gehiago, pertsona berari – edo gure buruari- une ezberdinetan aisia legez zer ulertzen duen galdetuz gero, ziur asko erantzun ezberdinak jasoko genituzke.

¹³ “Pero ambos, ocio y negocio, forman parte constitutiva del hombre completo; sólo es tal el hombre que reúne el *otium cum dignitate*.”

Understanding Leisure lanean hitzaren esanahia zehazteko ahalegina egiten dute Haywood, Kew, Bramham eta bestek, eta terminoaren ezinbesteko polisemiari buruzko antzeko ideia bat planteatzen dute:

Batzuek aisia lanaren eta beste betebeharren ostean gelditzen den denbora dela pentsa dezakete. Beste batzuek ekintza zehatz batzuei buruz hitz egin lezakete, telebista ikustea, kirolelan parte hartzea, kanpoan afaltzea, lorezaintza edo jendeak interesgarri aurki litzakeen hamar mila jardueretatik edozein. Beste batzuek aldiz esperientziaren kalitateari erreparatuko diote; aisiak "norbere gauzak" egiteko, dibertimendurako, aukeraketa askerako, norbere interesak garatzeko, bestelakoan bizitzan eskura ez dauden esperientziak bizitzeko aukera nagusia dakarrela azpimarratuz. Horrekin lotuta, pertsona batzuek aisia lanarekiko atsedean eta susperraldi gisa ikusiko dute, bizimodu modernoaren estres eta tentsioetarako antidoto.¹⁴ (Haywood et al., 1995: 1)

Hiru adiera modu ezberdin gutxienez, beraz. Lehenik lana eta betebeharraren "osteko denbora", bigarren lan eta beharrera itzultzea ahalbidetuko duen suspertze edo errekupeziarako tartea, eta azkenik esperientziarako aukera –eta, gerora aztertuko dugun bezala, aukeraren esperientzia-. Aisia beharrari esker zilegi egiten denaren perspektiba bereziki indartsua izan da industrializazio osoan zehar kapitalismoaren defendatzaile sutsuenetatik hasi eta iraultzaile komunista eta anarkistetaraino:

Luxuzko alferkeria bizimodu batek endekatze moral eta intelektualera darama klase pribilegiatua. Egia hutsa da aisia kopuru jakin bat behar-beharrezkoa dela gizakiaren garapen artistiko, zientifiko eta mentalerako; eguneroko beharraren ariketa osasuntsuak jarraitzen duen aisia sortzailea, ondo irabazia eta sozialki eskainia, norbanakoaren gaitasun eta lehentasunen arabera.¹⁵ (Bakunin & Dolgoff, 1980: 91)

Ezkerretik zein eskumatik aisia eta beharra estu lotu izan dira historikoki, kontrako kontzeptu gisa ulertuta, baina bata bestearen izaerari kateatuz, eta bestearen existentziagatik justifikatuz. Karl Marxentzat "Basatiak naturarekin borrokan egin behar duen bezala bere

¹⁴ "Some might think that leisure is time left over after work and/or other duties and obligations. Others might talk about particular activities such as watching television, taking part in sports, going out for a meal, gardening or any other of the myriad of activities which people find interesting. Still others might indicate a particular quality of experience, that leisure provides the main opportunity in their lives to 'do their own thing', to have fun, to exercise free choice, to develop their own interests, to have experiences which are not available in the rest of their lives. Related to this, some people might regard leisure as rest and recuperation from work, and as an antidote to the stresses and strains of modern life."

¹⁵ "For the privileged classes a life of luxurious idleness gradually leads to moral and intellectual degeneration. It is perfectly true that a certain amount of leisure is absolutely necessary for the artistic, scientific, and mental development of man; creative leisure followed by the healthy exercise of daily labor, one that is well earned and is socially provided for all according to individual capacities and preferences."

nahiak asetzeko, bizitza iraunarazi eta birsortzeko, eta hala egin behar du bere gizarte formazio guztietan, ekoizpen modu posible guztietan.” (Marx, 1999: 571). Lana, beraz, giza beharra da – euskaraz ere hala esaten zaio: beharra- eta “Handik harantzago hasten da berezko helburua den giza energiaren garapena. Benetako askatasunaren erreinua, zein beharraren erreinua oinarri hartuta bakarrik loratu daitekeen”¹⁶.

Beharraren – bizitza birsortu eta denon onura bermatuko dituen gainbalioa erdiesteari esango dio Marxek “sozialki beharrezko lana” (J. Haworth & Veal, 2004: 52) - eta giza askatasunaren erreinuaren arteko ezberdintasuna egiteaz batera, aldarrikapen argia egingo du: “Lan egunaren laburtzea honen oinarritzko aurrebaldintza da”¹⁷ (1999: 571). Muga jarri behar zaio beraz lan aldiari, aisiarik egongo bada.

Lana ezinbestekoa izan daiteke, gure naturarekiko harremanaren lehen betebeharra, baina lanak mugak izan behar ditu, aisia izan dadin, pertsonak aisia izan dezan. Hala jasotzen du, halaber, marxismoarekin zerikusirik ez zuen pentsalari batek, Adam Smithek, bere Nazioen Aberastasuna lanean: “Artzain batek aisia asko du; abeltzain batek, abeltzantzaren lur latzetan, badu zer bait; artisau edo fabrikatzailearen batek ez du ezer ere.”¹⁸ (A. Smith, 2009: 412). Lanak zehaztuko du aisiarako aukera, aisiarako posibilitatea bera. Lana nolakoa, halako aisia, lana zenbatekoa, horrenbesterako aisia.

Pausu bat gehiago ere ematen du eskoziar ekonomialariak, lana eta aisiaren arteko harremanean: “Lehenak [artzainak], galerarik gabe eman lezake bere denbora borroka- ariketetan; bigarrenak [abeltzainak] zati bat eskaini liezaioke, baina azkenak ezin lezake honetan ordu bakarra ere eman galerarik jaso gabe, eta berezko interesak darama bere arreta modu naturalean ariketa hauek uztera.” (A. Smith, 2009: 412). Smithek ez darabil, noski, *aisia* terminoa (“leisure”) egungo kontzeptu eta koordenatu berdinetan. Artzain, abeltzain eta langileek ariketa militarrek egiteko erabili zezaketen edo ezin zezaketen aisia horrek harreman handiagoa du Koshar-ek aipatzen duen aukeraren iraupenarekin¹⁹ (Koshar, 2002: 3) jarduera aske eta atsegingarriagoarekin baino. Hala ere, argigarria da berriro ere lanarekin ezartzen duen harremana: Ogibidea zein, halako aisia.

¹⁶ “Just as the savage must wrestle with Nature to satisfy his wants, to maintain and reproduce life, so must civilized man, and he must do so in all social formations and under all possible modes of production. (...) Freedom in this field can only consist in socialized man, the associated producers, rationally regulating their interchange with Nature, bringing it under common control, instead of being ruled by it as by the blind forces of Nature: and achieving this with the least expenditure of energy and under conditions most favourable to, and worthy of, human nature. But it nonetheless still remains a realm of necessity. Beyond it begins that development of human energy which is an end in itself. The true realm of freedom, which however can blossom forth only with this realm of necessity as its basis.”

¹⁷ “The shortening of the working-day is its basic prerequisite.”

¹⁸ “A shepherd has a great deal of leisure; a husbandman, in the rude state of husbandry, has some; an artificer or manufacturer has none at all. The first may, without any loss, employ a great deal of his time in martial exercises; the second may employ some part of it, but the last cannot employ a single hour in them without some loss, and his attention to his own interest naturally leads him to neglect them altogether.”

¹⁹ “Duration of opportunity.” Ikus ingelesezko *leisure* berbari dagokion atala.

Are argiago ageri da ezberdintasun hau lan bereko beste pasarte honetan: "Pertsona baten biziraupena, bere bizitzaren zati handiena hartzen ez duen lan batetatik datorrenean, sarri lan egiteko prest agertzen da dituen aisia tarteetan bestela beharko lukeena baino soldata txikiagoagatik."²⁰ (A. Smith, 2009: 101). Bere ongizate materiala bermatzen duen beharra amaitutakoan aisia duenak lan berriak aurkitzeko joera agertzen duela uste du Smithek, non soldata ez den jada hain garrantzizkoa izango motibazioa azaltzerako orduan²¹. Honek aisiaren kontzeptura garamatza zuzenean, zeinen ezaugarrietariko bat berezko motibazioa den²². Smithek garatutakoaren antzeko ideia jasotzen du, beste aldetik helduta bada ere, Patxi Juaristik euskaldunon balio postmaterialistei buruzko izen buruko saiakeraren izenburuan bertan: *Maiatzeko artoaren ardura eta bost seme-alaba dauzkana ez dago musika bila* (Juaristi Larrinaga, 2009). Ardurak, beharrak itotakoak ez du ez astirikez gogorik aisiaren bila ibiltzeko.

Joffre Dumazedierrentzat aisia gizarte mailako egintza nagusia da, zeina beharrak balditzatzen duen eta zeinak beharrean eragiten duen aldi berean. Biek, lanak eta aisiak, osotasun bakar bat osatzen dute, eta ezin dira bata bestetik bereiztu (J. Dumazedier & Maicas, 1964). Frantziar aisiaren soziologoaren ustez, beharra ezin izango da leundu, gizatiartu, aisia gizatiar baten aukera eta desira pizten ez dituen artean. Bestela esanda, beharra ez da gizatiarra ez badu giza aisiaren aukera edo nahia sortzen. "Finean, beharraren gizatiartzea aisiaren balioen bidez eta aisiaren gizatiartzea beharraren balioen bidez banaezinak dira"²³ (J. Dumazedier, 1950: 96). Dumazedierren ustez aisiak oinarrian askatzea eta plazerra dakartza, bere agerrera delakoa dela, baina hiru funtzio nagusi betetzen ditu, espainierazko bertsioan "hiru D-ak"²⁴ bezala ezagutzen diren sailkapen klasikoan (J. Dumazedier & Maicas, 1964): Atsedena, Dibertsioa eta Garapena. Atsedena nekeari aurre egitea ahalbidetzen du, indarrak berreskuratu eta eguneroko betebeharrak eta beharrak berak sortutako higaduratik babestuz²⁵. Dibertsioak asperdura eta monotonotasunaren aurkako erremedioa dakar, errutinatik ihesa, irudimenaren lantzea eta jolasa bera. Azkenik, Garapenak nortasun indibidual eta sozialaren lantzea ahalbidetzen du, hazkunde eta integraziorako bidea eskainiz.

²⁰ "When a person derives his subsistence from one employment, which does not occupy the greater part of his time, in the intervals of his leisure he is often willing to work at another for less wages than would otherwise suit the nature of the employment."

²¹ Ikus beharra eta lanaren arteko ezberdinketa, etimologiari zuzendutako atalean.

²² Ikus Aisiaren Psikologia, diziplina artekotasunari buruzko atalean.

²³ "En fait, l'humanisation du travail par les valeurs du loisir est inséparable de l'humanisation du loisir par les valeurs du travail."

²⁴ "Descanso, Diversion eta Desarrollo espainieraz.

²⁵ Ikus baita San Salvador del Valleren azterketa (San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2006: 3, 37-43), aisiaren ulerkeraren erregenerazionistaren inguruan.

Ezagun denez, Dumazedierrek proposatutako aisiaren hiru funtzioek lotura estua gordetzen dute uneoro beharraren munduarekin, dela ikuspegi erregenerazionista batetik, dela automatismoarekiko alternatiba gisa, dela beharrak eskaintzen ez duen garapenerako esparru bezala ulertuta. Hala egitean, aisiaren izaera lanari estu-estuan lotzean aisia lanak definitu eta justifikatuko du, bai lanaren osteko denbora fisiko modura, eta baita bere funtzio sozial eta pertsonalean ere, berriro ere lanera itzuli ahal izateko indarrak berreskuratzea izango baitu helburu. Aisia beharraren mendean, beharrak azpiratuta agertuko da horrela, greziar kontzepzioaren aurkako zentzuan: aisia giza helmuga gorena izan beharrean, beharrera itzuli ahal izateko bitarteko bihurtuko da. Ez da harritzekoa kontrakotasun/osagarritasunak azpimarratzea, beharra eta aisiarekiko jarrerak giza kulturaren garapenean gai zentralak izan baitira aintzinako garaietatik (Veblen, 1899). Baina aisia eta beharraren arteko aurkaritzazko definizioek, argigarriak eta interesezkoak izanagatik, arazoak agertzen dituzte.

Egia da Leslierek, gizarte industrialaren fase aurreratuenetan aisiaren eta beharraren arteko subordinazio harremanean iraulketa bat detektatzen duela: "Jada ez zen gehiago beharraren izaera (edo iraupena) aisiarako espazio sozialak moldatzen zituena, baizik eta aisia, beharra nola definitzen genuen aldatu zuena, zer espero genuen harengandik, zenbatekoa behar lukeen bere iraupena, eta nola arautu beharko litzatekeen"²⁶ (Leslie, 2002: 15-16). Baina, Dumazedierrek gogoratzen duen bezala aisiaren hazkundea (bai kuantitatiboki zein kualitatiboki) ez zen berdina izan klase sozial guztietan. (J. Dumazedier, 1950: 23).

Behar eta aisiaren arteko harremana zehaztearen problematika ez da hor amaitzen, ordea. Izan ere, bataren eta bestearen arteko mugak ez dira beti argiak, eta ez dira beti leku berean aurkitzen gizarte guztietan, ez eta talde guztientzat. Muga marrazteak arazoak sortzen ditu, lana non hasten den eta non amaitzen den ez baita berdin gertatzen giza talde guztietan. Aurretik ere aipatu dugun bezala, izan dezakeenak bakarrik du aisia, eta biziraupen material eta arau sozialek erabat baldintzatzen dute esparru bakoitzera sarbidea.

Vealen aburuz aisia eta beharraren arteko muga lausoak historiaurreko komunitate ehiztari-biltzaileetan, "Zatiketa lerro argien gabezia dela eta ehiza eta bilaketa zeregin eta beste ekintzetara zuzendutako denboraren artean halako gizarteetan"²⁷ (Veal, 2004: 17), zein egungo gizarte industrialetako emakume eta gizonezkoen arteko desoreketan aurkitu daitezke: "emakumeen aisiaren inguruko ikerketak ohartarazi digu Mendebaldeko gizarte

²⁶ "It was no longer the character (or duration) of work that carved out new social spaces for leisure practice but rather leisure that changed how we defined work, what we expected from it, how long it should last, and how it should be regulated."

²⁷ "Because of the lack of any clear dividing line in such societies between time spend engaging in actual hunting and gathering tasks and time spend in other activities."

garaikidean denek ez dutela lana eta aisiaren arteko banaketa formala bizi izan²⁸ (Veal, 2004: 15). Izan ere gizarte industrialaren baitan behar askok ordaindu gabekoa izaten jarraitzen du, eta ez dugu ekonomia industrialaren ataltzat ez aitortuta, ez eta sarituta.

Bestalde, ustez argi marraztutako beharraren eta aisialdiaren esparruetan ere ñabardurak identifikatu ditzakegu. Alde batetik, lanaldian ere aisiarako aukerak eman daitezke eta ematen dira (J. T. Haworth & Veal, 2004; Igarza, 2009; A. R. Stebbins, 2004) eta bestetik aisia lan taldeen sendotzerako, negozio harremanak errazteko eta erakundeetako sormena eta berrikuntza bultzatzeko esparru gisa ulertzen da egun, ikus, bestela, enpresa gizon-emakumeen jarrera golfaren praktikarekiko (D. Harris, 2005: 262) edo aisiarekin lotutako pizgarriak eta sari bidaiak lan taldeetan.

Are gehiago, zenbait lan aisiarekin nahasten dira; Stebbinsek adibidez sarri aztertu du amateur eta profesionalen arteko muga: "Lan mota bat, hemen 'zaleen lana' deituko dena, hain da erakargarria, ezen funtsean aisia den bertan dihardutenentzat (.) jarduera batzuetan ematen den lanaren eta aisiaren arteko antzekotasuna gizateria bere lanabesak apaintzen hasi zenetik data dezakegu, gutxienez."²⁹ (A. R. Stebbins, 2004: 2).

Azkenik, aisiak beharretik asko duela argudiatzen du Chris Rojek-ek bere *Aisiaren beharra* (The Labour of Leisure) liburuan. Ikerlariaren ustetan, gizarte industrialetan ohikoa da aisia eta askatasuna lotzea, baina biak dira kontzeptu bitxiak, "aukera 'askea' eta beharrari lotuta ez dagoen jarduera"³⁰ beharrerako gaitasuna eta hiritartasunarekiko ardurarekin lotuta agertzen diren neurrian (Rojek, 2009: 2). Soziologo britainiarraren esanetan "Eguneroko bizitzan sinesgarritasuna eraiki eta gaitasuna bistaratzea ikasitako portaera da, eta etengabeko energia eta ahalegin esanguratsua eskatzen ditu", eta "aisiaren eremua da eguneroko bizitzaren gai hauek landu, trukatu eta fintzen diren ardatza."³¹ (Rojek, 2009: 3). Beraz, Rojek-en ustez aisia sinesgarritasuna eta gaitasuna agertzearekin lotuta ageri da egungo gizarteetan eta, hortaz, lan emozionala kontzeptu zentrala izango da aisiaren praktika eta formak aztertzerakoan. Bestela esanda, aisia besteei nor garen, zer baloratzen dugun eta zertan ezberdintzen garen adierazteko baliatzen dugu egungo gizarteetan, eta, hartara, beste behar mota baten aurrean aurkitzen gara.

²⁸ "...research on women and leisure has drawn attention to the fact that not everyone in contemporary Western society has experienced the formal compartmentalisation of work and leisure."

²⁹ "Some work, called here 'devotee work,' is so attractive that it is essentially leisure for those engaging in it. (...) the similarity of work and leisure in certain activities dates to, at least, the era when humankind started decorating its tools of work."

³⁰ "'free' choice and non-work activity."

³¹ "Building credibility and displaying competence in everyday life is learned behaviour and requires significant and continuous energy and effort" eta "The field of leisure is the focal point in everyday life where these matters are addressed, exchanged and refined."

Bestela esanda, “Laneko eta lanez kanpoko esparruetan gaitasunaren psikologiaren mantendu beharraren eskakizuna garrantzi handikoa da aisia eta jolasaren ikertzaileentzat astia eta astialdiaren nozio tradizionalak zalantzak jartzen dituela baitirudi. Galde genezake gaitasunen bistaratzera leialki zuzendutako pertsona batek aisia izan dezakeen batere.”³² (Rojek, 2010). Theodor Adornok ere, antzerako lerro batean astialdiak gizarte kapitalistetan produktibismoarekiko agertzen duen menpekotasuna azpimarratuko du, aisia beharraren eskakizunetara makurtzeko tresna bezala salatuz (Adorno, 1991).

Kritika horiez gain, euskarazko beharra eta lanaren arteko bereizketa baliatuz gogoratu beharra dago aisia eta lanaren arteko kontrakotasuna sarri erratua dela, eta beharrari lana, ahalegina, eskaintzen diogun bezala, aisiari ere hala eskaintzen diogula, hala aukeratzen dugunean. Lan honetan sarri aipatuko dugun aisia humanistaren oinarriak, greziar filosofo klasikoek defendatu zuten aisiak, asko du ahaleginetik, zeina berez gehiago lotzen zaion oro har lanari gure egungo gizartean aisia kontsumista soilari baino. Roberto Igarzak bere “Aisia burbuilak” lanean argudiatzen du lanaren aldia eta aisiaren aldiaren arteko mugak ez direla argiak eta finkoak; aitzitik problematikoak, aldakorak eta irazkorak direla: “Plazerraren, atsedeneren eta aisiaren aldia kontsumoaren aldi bilakatzen joan zen heinean, ekoizpenerako aldiaren eta beste bizitza denbora guztiaren arteko ezberdintasunak gutxituz joan ziren.” (Igarza, 2009: 37)³³.

Kontrakotasun hau, Igarzaren hitzetan, bi paradigmatan laburtu daiteke: “paradigma liberal-kontsumista”, zeinak aisia atsedena eta lanarekiko liberazioa balitz bezala ulertu eta astialdia kontsumorako espazio bihurtzean bilatzen duen, eta “paradigma sortzaile-kulturala”, zeinak hezkuntza, sormen eta kultura-balio eta prozesuak integratu nahi dituen aisialdian, eta gehiago hurbiltzen den *otium*-en definizio klasikora egungo masa-kontsumismora baino. (Igarza, 2009: 39)³⁴.

Finean, esan daiteke aisiak betebeharrak eta eginbeharrek menderatu gabeko esparru batean kokatzen gaituela, doakoak diren, euren baitakoaz bestelako erabilera edo helbururik ez duten ekintzak burutzeko eremu aiposean. Aisiazko egiteak biziraupen material eta eginbehar hutsetik aldentzen dira (janaria, edaria, sabaia.) baina horrek ez du esan nahi

³² “The requirement to hold and maintain a psychology of competence in work and non-work settings is highly relevant for students of leisure and recreation. For it appears to compromise and undermine traditional notions of time-off and free time. To be sure, it is open to question whether a person who is faithfully attuned to the display of competence can be said to have leisure at all.”

³³ “A medida que el tiempo de placer, de descanso y de ocio se fué convirtiendo en un tiempo de consumo, las diferencias entre el tiempo para producir y el resto de tiempo de vida fueron menguando.”

³⁴ “La oposición puede resumirse en dos paradigmas: a) el paradigma liberal-consumista que interpreta el ocio exclusivamente como el descanso y la liberación del trabajo y que busca hacer del tiempo libre, sobre todo, un espacio de consumo; b) el paradigma creativo-cultural que procura integrar, en el tiempo de ocio, valores y procesos provenientes de la educación, la creación y la cultura, y que se aproxima más a la definición clásica de *otium*.” (Igarza, 2009: 39)

egite horiek gizakiarentzat ezinbestekoak ez direnik, izan ere, "Aisiak eragin zuzena du autoestimuan, kontrolean, gaitasun sentsazioan, garapen pertsonalean eta egiten dugunaren zentzuan" (Cuenca, M., 2010:14).

Aisiaren fenomenoak, berau izendatu eta ulertzeko era ezberdinek bezala, eboluzio sakona jasan du giza historian, eta bereziki XX. mendean, eta giza elkarte eta kultura ezberdinetan ez ezik, norbanakoengan ere beroni buruzko usteak eta iritziak askotarikoak eta, sarri, kontraesankorrak dira. Ondorengo ataletan aisiaren kontzeptuak hizkuntzan dituen hiru agerpenetan murgilduko gara, hiru hizkuntzetan hurbilketa terminologiko-kontzeptual bat eginez, definizio eta ulerkera aberastasun hau jasotzeko.

1.2.1. LEISURE

Ingelesa egungo hizkuntzarik hedatu eta indartsuena izaki, ezaguna da beronen eragina, zientzia naturaletan eta humanitateetan ez ezik, mundu osoko eguneroko jardunean, bereziki hedabideei eta aisiazko produktuei dagokienean. *Leisure Studies* direlakoak ere ez dira salbuespena, Aisiazko Ikaskuntzen adar bizi eta indartsuenetarikoa ingelesez garatzen baita lan hau idazteko garaian. Hala ere, ez da atal honen helburua aisia ikertzaileen hizkera berezitua aztertzea, terminoak ohikoak dituen adierak ezagutzea baizik. Gatozen, bada, hitzaren orainera, terminoaren jatorrira joan aurretik, eta hel diezaiegun bere esanahi zabalduenei, bere esangura zientifikoetan murgildu aurretik.

Ingeleseko *leisure* berbak egun dituen adiera ohikoenak ezagutzeko Wikipedia entziklopedia digitala abiapuntu aproposa izan daiteke, web oinarridun iturri editagarria eta lankidetza digitalaren bidez eraiki eta etengabe berreraikitakoa den heinean, etengabeko eztabaida, fintzea eta kontrastea bultzatzen ditu-eta bere edukietan. Hartara, hitzen definiziorik adostuenak eta "gaurkotuenak" aurkezten dizkigu. "Leisure" sarreran aisia enpresa, beharra eta etxeko lanetatik at ematen den denbora bezala definitzen da, behin behar-beharrezko ekintzak (jana, loa, derrigorrezko hezkuntza...) burututakoan (Wikipedia, 2011b). Ez bakarrik inplizituki, esplizituki ere "Free time" edo astiaren sinonimotzat jotzen da: beharrezkoa, ezinbestekoa, derrigorrezkoa ez denaren baitan.

Aurretik ere ikusi dugun legez, aisia eta lanaren arteko kontrakotasuna eta astialdiarekin nahasmena oso ohikoak dira literatura ez espezializatuan, eta berbaren kaleko esanahiaren adibide argia erakusten digu. Hiztegi tradizionalagoetara joz gero, berriz, Random House hiztegiak ere "lan eta betebeharren eskaeretatik askatasuna" bezala definitzen du *leisure* berba, eta liberatutako denborarekin parekatzen du, non "norberak atseden hartu edota

hobby eta kirolez gozatu dezakeen". Azken adiera gisa presarik gabeko erraztasuna gaineratzen du, euskaraz *aisetasun* gisa itzuli genezakeena (Dictionary.com unabridged.2011)³⁵. Encarta hiztegiak, aldiz "norbaitek betebeharrak edo lan-erantzukizunik gabe duen denbora, eta beraz jarduera atsegingarriak bete lezakeena" dakar gogora, bigarren dimentsio bat gehituz betebeharrak ezari: atsegingarria denaren bilaketa (MSN encarta U.S. english dictionary.2011)³⁶.

Collins hiztegiak ere oso antzerako adierak aurkezten ditu: Erlaxazio edo zaletasunetarako denbora edo aukera, ("being at *leisure*") eta astia izatea eta okupatuta edo lanpetuta ez egotea ("at one's *leisure*"), norberarentzako astia dagoenean. (Collins: English dictionary.2011)³⁷. Denbora eta aukera, beraz, arrasto eta izendatzaile komunak *leisure* terminoaren gaur espezializatu gabeko definizioetan. Literatura espezializatura joz gero, arazoa konpondu baino zaildu egiten dela dirudi. Edginton, Coles eta McClelland-en *Leisure Basic Concepts* lanean aisia eta olgetaren 200 definiziotik gora jasotzen baitira (Edginton, Coles, & McClelland, 2003).

Hitzaren jatorria aztertzen jarrita, Douglas Harperren ustez ingelesezko "leisure" hitzak tradizionalki "zerbait egiteko aukera" eta "norberaren eskura dagoen denbora" esan nahi izan duela ikusi daiteke (Harper, 2010). Autoreak berak jasotzen duen legea, "etimologiak ez dira definizioak, gure hitzek duela 600 edo 2000 urte zuten esangura eta soinuaren azalpenak dira" ³⁸ baina jatorrizko definizio horretan bi osagai antzeman ditzakegu adieraziari dagokionez: denbora eta aukera.

Adierazia une batez alde batera utzi eta adierazleari helduz gero, "leisure" frantsesezko "leisir" eta "loisir" berbeekin lotuta dagoela ikusi dezakegu "baimena, denbora libre, aisia" izatearen zentzuan. Bi hitzek, *leisure* eta *leisir*-ek latinezko "licere" dute sustrai noski: baimenduta edo onartutakoa bezala itzul litekeena, eta "lizentzia"-rekin lotutakoa. (Harper, 2010). Laburbilduz, ingelesezko "leisure" hitzak asko du aukeratik, norberaren arabera antolatu daitekeen denboratik, eta erroan latinezko baimen edo askatasuna. Hala jasotzen du Rudy Kosharrek *Aisiazko historiak* (Histories of leisure) lanean (Koshar, 2002: 3):

Gutxitan pentsatzen dugu aisiaz aukeraren iraupena eta berandu baino lehen zilegi den denbora bezala, baina hemeretzigarren mendean ondo sartuta, (baita agian

³⁵ "1. freedom from the demands of work or duty. 2. time free from the demands of work or duty, when one can rest, enjoy hobbies or sports, etc. 3. unhurried ease: a work written with leisure and grace."

³⁶ "Time during which somebody has no obligations or work responsibilities, and therefore is free to engage in enjoyable activities."

³⁷ "Leisure n. 1. time or opportunity for relaxation or hobbies, 2. at leisure having free time, not occupied, 3. at one's leisure when one has free time, Old French *leisir*."

³⁸ "Etymologies are not definitions; they're explanations of what our words meant and how they sounded 600 or 2,000 years ago."

hogeigarrenean ere) ohikoa zen norbaiti entzutea zerbait egiteko aisia hartuta zuela, beste zerbait gertatu aurretik. Ideia hau guztiz aurkakoa zaio aisia zerbaiten ostekoa denaren egungo zentzuari. Are arraroagoa zaigu aisia eginkizun jakin bat burutzeko aukera espezifiko gisa ulertzea.³⁹

Hortaz, XIX. mendeko ingeles hizkeran, aisia "aukeraren iraupena", edo "berandu baino lehen zilegi den denbora" bezala uler zitekeen. Hartara, ez litzateke beharraren ostean gelditzen den denbora edo astia, zerbait egiteko berezko aukera baizik, non zerbait hau edozein ataza izan zitekeen, baita lana bera ere. Kosharren ustez, hortaz, leisure terminoaren jatorrizko adiera aukeran eta denboran datza. Gogoratzekoa da agian zentzu honetan skholē berbari jatorrian ematen zitzaion adiera: "hitz hau betebeharren premiarik gabeko denbora lasaia eta bake garaietako jarduera zehatza izendatzeko erabiltzen zen" (Segura Munguía & Cuenca Cabeza, 2007: 17). Premiekiko askatasuna, bake garaia, lasaitasuna, eta aisiazko jardueretarako aukera.

Greziar klasikoen eta XIX. Mendeko ingelesaren arteko kidetzaren adibide ederra eskaintzen digu Gutenberg Proiektuari esker eskuragarri dugun Aristoteleren "Politika" lanaren hemeretzigarren mende hasierako ingelesezko itzulpenak (Aristotle, 1912): "... gehiengoa nekazaritza eta artzaintza bidez bizi den tokian koka daitekeela, hauen jabegoa txikia den arren ez baitira aisian izango asanblada publikoak egiteko, aldiz etengabe lanpetuta jarraituko dute bakoitzak bere irabazbidean, bestelako bizi-biderik izan gabe..."⁴⁰ [1318b]. Gehiengo baserritarreko lurraldean laborariek ez lukete etengabe asanblada publikoak antolatu eta bertan parte-hartzeko aukerarik, astirik izango, bizi ahal izateko haien onbideei ekin beharko baitiete ezinbestez. Hortaz, *leisure* berba aukera edo astia bailitzan darabilte lan klasikoaren itzultzaileek.

Bada esaera zahar bat ingelesez, aukera-askatasun honen beste adiera ezkorrago bat ezin hobeto jasotzen duena: "Marry in haste, repent at leisure". Ezkontza azkarrak damutzeko aukera ugari dakar gerora. Esaera horren aldaerak aurki ditzakegu William Shakespearen "Piztia Menderatua" komedian (1593-1594) premiaren eta aisiaren arteko kontrakotasuna agertuz Katherinen hitzetan⁴¹ (Shakespeare, Wells, & Taylor, 2005: 40). Baita Lord Byronen "Don Juan"en ere: "Gorrotoa da atsegin luzeena, gizakiek premiaz maite baitute, baina nahi

³⁹ "We rarely think of leisure as *duration of opportunity* and *time allowed before it is too late*, but well into the nineteenth century (and perhaps into the twentieth) it was common to hear of someone *having the leisure* to undertake something before something else occurred. This notion stands diametrically opposed to the now regnant sense of leisure as coming *after*. Even rarer is the idea of regarding leisure as a specific *opportunity* to carry out a defined task."

⁴⁰ "... where the majority live by tillage or pasturage; for, as their property is but small, they will not be at leisure perpetually to hold public assemblies, but will be continually employed in following their own business, not having otherwise the means of living."

⁴¹ "Unto a mad-brain rudesby full of spleen; Who woo'd in haste and means to wed at leisure."

beste gorroto”⁴² (Lord Byron, 1837). Premia (*haste*) eta aisia (*leisure*) hiru iturrietan ageri zaizkigu, damua eta gorrotoarekin lotuta, baina baita plazerrarekin ere (*pleasure*) erriman agortzen ez den harremanean. Aipagarria da, halaber, ingelesez aisia adierazteko hitz erabiliena *leisure* bada ere, "otiose" berba ere badela bere baitan. Zehatzago esateko, antzua, zirtzila, inaktiboa denaren zentzua hartzen du, landatu gabeko lugorriaz ariko bagina bezala. Frantsesezko "oïseux", espainierazko "ocioso" eta italierazko "otioso"-rekin alderatzen du Harperrek (2010).

Oro har, hala ere, lau adiera nagusi jasotzen dira ingelesezko *leisure* berebarekin. Lehenengoa, aisia denbora bezala: "aisia existentziarako beharrezkoa denetik haratago dagoen denbora da, biologikoki egin behar ditugun gauzak, bizitzeko eta bizirauteko, bizimodua irabazteko. *hautazko* denbora da, gure iritzi edo aukeraren arabera erabiltzeko denbora" (Brightbill (1960) quoted in Edginton et al., 2003: 2)⁴³. Bigarren, aisia jarduera bezala: "Bere itxurazko sinpletasunaren arren, aisia askatasun erlatiboz hartutako beharraz kanpoko jarduera bezala ulertzea terminoaren eguneroko erabilerarekin bat dator, eta formula soziologiko sarkorra izan daiteke"⁴⁴ (K. Roberts, 1978: 3). Hirugarren, aisia ekintza bezala: "Aisia, edozelan ere, ekintzan gauzatzen da, ez soilik sentipen edo umorean. Askatasuna aisiaren dimentsio ezinbestekoa bada, ekintza barne hartzen du."⁴⁵ (Kelly, 1996: 23). Eta azkenik, aisia esperientzia bezala:

Ez dio axola nondik hasten garen, aisiak jendearentzat duen esanahiarekin aurre egiten aurkitzen dugu gure burua (.) gogamen egoera, orientazioa, jarrerak, baldintzak, esperientzia edo aisiazko aktorearen definizioa. Aisia ez datza denboran edo jardueraren forman, baizik eta aktorean. (Kelly, 1996: 20-21)

Kellyk lau adiera hauek esaldi bakarrean kondentsaten ditu, "Aisia bere horretan aukeratzen den ekintza da" dioenean⁴⁶ (Kelly, 1996: 22). Hortaz, aisia ez da soilik jarrera edo gogamen egoera, subjektuaren jardueraren definizioa baizik. 1. irudian jaso dugun eskemarekin laburbilduko du ikertzaileak lau adieren arteko harremana:

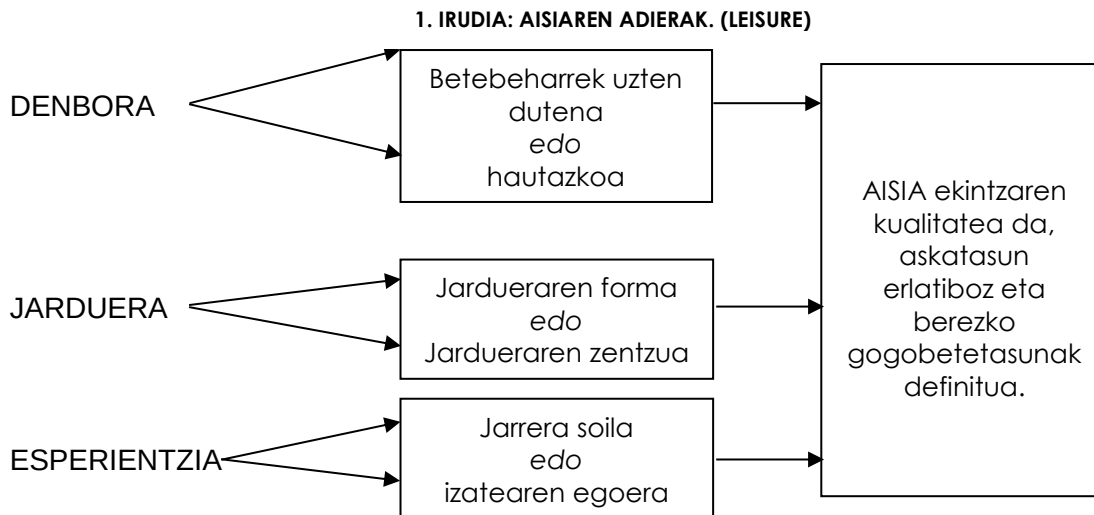
⁴² "Now hatred is by far the longest pleasure; men love in haste, but they detest at leisure."

⁴³ "leisure is time beyond what which is required for existence, the things which we must do, biologically, to stay alive .. and subsistence, the things we must do to make a living .. It is discretionary time, the time to be used according to our judgment or choice."

⁴⁴ "Despite its apparent simplicity, regarding leisure as relatively freely undertaken non-work activity is broadly consistent with the everyday use of the term, and can also be a penetrating sociological formula."

⁴⁵ "Leisure, however, is realized action, not just a feeling or mood. If freedom is the essential dimension of leisure, then action is implied." Ikus baita Chris Rojek-en ekintza adieraren berrikuspena Aisiazko Ikaskuntzetan. (Rojek, 2005a)

⁴⁶ "Leisure is activity that is chosen for its own sake."



Iturria: Norberak moldatua (Kelly, 1996: 22).

Aisiaren adierazle eta adieraziek ingeles hizkuntzan hartu dituzten forma eta aldaerak berrikusita, goazen espainieraren kasua aztertzeraz.

1.2.2. Ocio

Gaztelaniazko “ocio” berba aztertzerakoan ere hurbilketa bikoitza erabiliko dugu: egungo hiztegien definizioak alderatuz lehenengo, eta hitzaren jatorria aztertuz gero. Ingeleseko kasuan bezala, Wikipedia elkarlaneko entziklopedia kontsultatuz gero ere joera antzeratsua ikus dezakegu (Wikipedia, 2011c). Entziklopedia digitalak proposatzen duen definizioa zatikakoa eta zatikatua da, zazpi perpaus ezberdin batzen ditu pasarte berean, eta bakoitzak esanahiaren ikuspuntu ezberdin bat agertzen du. Puntu batzuetan kontraesankorra izatera iristen da, aisia astia izango balitz bezala agertuz “aisia deritzogu jardueretara bideratzen dugun astiari...” eta aisia jarduera bezala “aisia beharretik atsedean hartzeko burututako ekintza bezalakoa da” jasoz aldi berean. Era berean, subjektibotasun handia aitortzen dio kontzeptuari: “aisiazko jardueren banaketa ez da zehatza, eta pertsona bakoitzari dagokio”

⁴⁷

⁴⁷ “Se llama ocio al tiempo libre que se dedica a actividades que no son ni trabajo, ni tareas domésticas esenciales y pueden ser recreativas. Es un tiempo recreativo que se usa a discreción. Es diferente al tiempo dedicado a actividades obligatorias como son comer, dormir, hacer tareas, etc. El ocio es como una actividad realizada para descansar del trabajo. Debe tener, como toda actividad, un sentido y una identidad, ya que si no tiene sentido es aburrido. La distinción entre las actividades de ocio y las obligatorias no es estricta y depende de cada persona, así estudiar, cocinar o hacer música puede ser ocio para unos y trabajo para otros, pues estas últimas pueden hacerse por placer además de por su utilidad a largo plazo. Al ocio se lo puede emplear en actividades motivadoras y productivas.”

Izan ere, kapitulu honen hasieran esan bezala, aisia zer den eta zer den zehaztea ez da erraza, eta betiere eguneratzen ari den definizio adostu eta ireki batek kaleko esanguren aniztasuna eta konplexutasuna jasoko ditu ezinbestean. Orokorrean, hala ere, aisia betebeharrei ez dagokien eta jostetarakoak izan daitezkeen jardueri bideratzen zaien astia bezala definitzen du *ocio* berba, euskarazko bertsioaren parekoa den lehen pasartean⁴⁸. Denbora bezala definitzen du beraz, Wikipediak, astia, lehenengo terminoan, eta gerora lanetik (eta lanerako) atsedeen hartzeko egiten den jarduera bezala. Hala ere, aisiaren izaera subjektiboa ere jasotzen du definizioak, pertsona bakoitzarentzar aisiazko jardueren eta betebeharren arteko bereizketa ezberdina izan daitekeela ohartarazterakoan.

Espainiar Erret Akademiaren arabera, *ocio* hitzak lau adiera ditu⁴⁹ (Real Academia Española, 2011), lehenik eta behin sustrai erromatarra azpimarratuz (*otium*). Lehen adierak jardueraren gelditzeari, lanaren eteteari egiten dio erreferentzia, aisia inakzio edo gelditasunaren ideari lotuz. Kasu honetan beharra baino lana eta aisiaren arteko kontrakotasuna azpimarratzen du Akademiak, aisia gelditzearekin, jabaltzearekin, jarduera edo ekintza faltarekin parekatuz. Aisia, hortaz, lanaren osteko, edo lanaren aurreko, tarte patxadatsua izango da.

Bigarren adieran aisia pertsonaren eskura dagoen astia bezala azaltzen da, aisia eta astialdia sinonimotzat hartuz. Argigarria da pertsonari egiten zaion erreferentzia, fenomenoaren dimentsio soziala alde batera uzten delarik printzipioz. Hala, pertsonak bere eskura duen denbora liberatua izango da aisia, adiera honen arabera; objektiboki eskura duen astia. Lehenengo adierari lotuz gero, astia hau pertsonak betebeharretatik libre denean, lana suposatzen dion zereginik ez duenean izango du.

Hirugarren adierak pausu bat gehiago ematen du, aisia dibertimendu eta jarduera sosegatuarekin lotuz. Bestelako zereginetatik atsedena hartzeko aukera gisa azpimarratzen dira jarduera hauek, batez ere asmamen lanei dagokienean, eta, hortaz, olgeta edo jolasaren zentzua hartzen du adierak, betebeharretatik atsedeen eta arnasa hartzeko tarte gisa. Gogora dezagun Aristotelesek jolasari ematen dion garrantzia atsedeen hartzeko bitarteko gisa: “Jolasak betebeharren artean burutu behar dira gehiago, lanak atsedena behar baitu, eta jolasak atsedenerako dira” (Politica, 1337b 5-18). Greziar filosofoak jolasa eta aisia bereizten dituen arren, hirugarren adiera honek sinonimotzat hartuko ditu jolasa eta aisia, *Otium* kontzeptu erromatarrera gehiago hurbilduz.

⁴⁸ Ikus “Aisia” hurrengo orrialdeetan.

⁴⁹ (Del lat. *otium*). 1. m. Cesación del trabajo, inacción o total omisión de la actividad. 2. m. Tiempo libre de una persona. 3. m. Diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso de otras tareas. 4. m. pl. Obras de ingenio que alguien forma en los ratos que le dejan libres sus principales ocupaciones.

Laugarren adiera ere norabide berean doa, esplizituki norbanakoak "bere egiteko nagusiek libre uzten dioten tarteetan"⁵⁰ landu edo osatzen dituen asmamen egintzak aipatuz. Giza asmamenarekin, trebetasun eta jeinuarekin izango du harremana beraz aisiak, baina betiere behin betebeharrak konplitutakoan, berauek uzten dituzten tarte askeetan. Lau adierei begiratuta beraz, Espainiar Erret Akademiaren *Ocio* berbaren definizioak argiro agertzen du aisia betebeharrak eta beharrekiko menpekotasun egoera batean. Gaztelerazko *ocio* hitza aztertzerakoan bereziki indartsua egiten da adierazle eta adierazien (termino eta esanahiaren) arteko eta adiera ezberdinen arteko tentsioa. Gaztelaniazko aisiaren adierazlea (*ocio*) zuzenean latinezko *otium*-etik badator ere, eta terminoak eta kaleko erabilerak erromatar kontzepzioetik jaso izanagatik eragin handiena (beharra harturik gizaki eta gizartearen helburu nagusitzat, eta aisia lanera itzultzeko atsedena tarte) ezin ahortzi daiteke grezia klasikoko balioen indarra maila akademiko eta intelektualean, non skholē greziarraren kutsu jaso agertzen duen (hiritar askeen pribilejioa, aisia erantzulea, askatasunerako formakuntza, jolas hutsa ez dena...).

Izan ere, espainierazko "ocio" terminoa latinezko lan klasikoetatik mailegatutako kultismoa da. San Salvador del Vallek sustrai latindarraren arrastoa jarraitzen du pasarte honetan:

Kasu batzuetan haren jatorri latindarrari lotuta ageri zaigu, *tripalium* edo *nec-otium*-ari kontrajarrita, doakotasun, lanik eza eta askatasunarekin kateatuta. Beste kasu batzuetan, termino berak karga gutxiesgarri orokorra darama harekin lotuta, zein *ocioso* (alfer) bezalako adjetiboetan azaltzen den, edo *ociosidad* (aisiakeria) bezalako substantiboetan. (San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2000: 56)⁵¹

Egia da egun *ocio* hitzak termino jasoaren eta kutsu negatiboaren arteko oreka zaila agertzen duela espainieran, batez ere amerikar kontinentean, gaztelaniaz kutsu baikorra eskuratu duelarik azken urteetan Espainiar Estatuan. Historikoki aisiakeria bizio bezala ulertu izan da, eta alferkeriaren eta lan egin nahi ez izatearen sinonimo gisa hartua izatearen zantzuak agertzen ditu gaur egun ere. Espainiar Erret Akademiaren Hiztegiak XIX. mendetik XX.era artean terminoaren gainean egindako eboluzioa aztertutakoan Cuencak "bere bilakaera oso urria" izan zela deritzo eta lanaren osteko atsedena, dibertimentua eta "nork bere zeregin nagusiek uzten dizkieten alditxoetan burutzen dituen asmakizun-lanak" aipatzen ditu (Cuenca Cabeza, 2011: 19). Haatik, Cuenca irakasleak onartzen du pentsamendu eta ikerketa akademikoan bilakaera eta berrikusketa semantikoa biziagoa izan

⁵⁰ "... ratos que le dejan libres sus principales ocupaciones."

⁵¹ "En unos casos, aparece vinculado a su origen latino, contrapuesto a *tripalium* o *nec-otium*, engarzando con la idea de gratuidad, no-trabajo y libertad. En otros casos, este mismo término lleva asociada una genérica carga peyorativa plasmada en adjetivos, como *ocioso*, o sustantivos, como *ociosidad*."

dela eta dela, kale hizkuntzan baino, non bizio eta alferkeriaren ideiak sustrai indartsuagoak agertu dituen.

Oro har esan genezake gaztelaniazko ocio berbaren adiera jasoak, kultuak, landuenak, greziar skholēaren idealera hurbiltzen direla, aisia giza jardueraren ardatz gisa harturik. Kaleko erabileran aldiz, erromatar otiuma hartuko da oinarri, aisia beharrera itzultzeko bitarteko bezala ulerturik, beharrak justifikatuko duelarik aisia, eta aisiakeria eta alferkeriaren susmoa gainean duelarik betiere. Behin espainieraz aisiarekin harremana duten termino eta kontzeptuak aztertuta, errepara diezaiogun euskararen kasuari.

1.2.3. AISIA

Aurreko bi kasuetan bezala, euskarazko aisia hitzaren egungo esanahiak eta terminoaren jatorria eta bilakaera aztertuko ditugu ondoren. Kontzeptuen arteko kontrakotasun sinpleegietan erortzea saihestu behar dela esan dugunez, bukatzeko euskarak lana eta beharrarekiko egiten duen bereizketa aipatuko dugu, kontzeptualki argigarria ez ezik lan honetarako esanguratsua ere badelakoan.

Egungo definizioari helduta, Wikipediaren arabera “aisia lanetik eta bizitzaren funtsezko ekintzetatik at dauden ekintzak dira. Horretarako erabiltzen den denbora tarte aisialdia edo astialdia da. Gehienetan, helburu ludiko edo kulturaletarako erabiltzen da aldi hori: kirolak, lorezaintza, brikolajea, jolasak, denborapasak.”(Wikipedia, 2011a). Kasu honetan, jarduera hartzen da aisiaren funta izango balitz bezala, eta bereizketa garrantzitsua egiten da berau burutzen den denborarekiko (aisialdia edo astialdia). Aisia ekintza beraz, denbora batean gertatzen dena, eta “gehienetan” helburu ludiko eta kulturaletarako erabiltzen dena. Aurrerago ikusiko dugun lege⁵² ez gatoz zehatz-mehatz bat bereizketa honekin, baina interesgarria da, hala ere, entziklopedia digitalak aisia, astialdia, aisialdia eta aldia bereizten dituela ikustea, orotara aisia jarduera mota baten sinonimotzat hartzea murriztailea den arren.

Harluxet hiztegi entziklopedikoaren bertsio digitalak aisia “Lanik edo zereginik gabeko denbora, atsedenezko, erosotasunezko egoera, bereziki lanetik kanpo gertatzen dena eta nahi den eran bete daitekeena” bezala definitzen du (Harluxet, 2011a). Denbora izango da, beraz, gakoa, *aisia* definitzerako orduan. Betebehar, lan edo zereginik gabeko tarte, non (noiz) norbanakoa eroso egon daitekeen, atsedean har dezakeen, eta jarduera ezberdinak burutzea aukeratu dezakeen. Berrito ere kontrakotasunezko definizioa aurkitzen dugu: lana

⁵² Ikus Astia-Aldia-Aisia eredu kapitulu honen amaieran.

ez den tarte edo garaia izango da aisia, non lanaldiak eragindako nekearengandik atseden har daitekeen, eta lanean hartu ezinak diren erabaki atsegingarriak har daitezkeen. Eusko Jaurlaritzaren Hiru.com etengabeko ikaskuntzarako atariaren hitzetan, aldiz “Aisiaren definizio bat hauxe dugu: Pertsona baten denbora-tarte libre. Dibertimendu edo egiteko lasaia, batez ere adimenari dagokion lanetan, horiek erregularri beste zereginetatik atseden hartzeko egiten direlarik.” (Hiru.com, 2011)

Denbora, libertatea, dibertimendua, lasaitasuna eta atseden dira gakoak beraz, Hiru.com-entzat, aisia zehazterako orduan, aurreko definizioarekin bateragarria den proposamen honetan. Hala ere, elementu berritzaile bat ere aurki dezakegu: modu erregularrean egiten diren lanei egiten baitie erreferentzia. Aisia ez da, beraz, betebeharretatik aske dagoen denbora tarte soilik, errepikatzen diren jardueren aukeraketa ere bada. Gerora ikusiko dugunez ideia honek berebiziko garrantzia izango du, Stebbins bezalako autoreentzat, aisia aztertzerako orduan.

Honekin lotuta, interesgarria da Gipuzkoako Foru Aldundiaren Haur eta Nerabeen *Aisialdi Antolatua Gipuzkoan* lana gogora ekartzea. Bertan, aisia zer den eta zer ez den kontzeptualki zehazterako orduan definizio anitzak daudela jasotzeaz gain, Puig Rovira eta Trillasek Pedagogía del Ocio lanean proposaturiko sailkapena (Puig Rovira & Trillas, 1996) dakarte gogora definizio hauek kokatzeko. Hala, “aisiaren inguruko definizioak sailkatu daitezke hiru dimentsioren arabera: 1) aisiaren denbora. 2) aisiaren bizipen subjektiboa. 3) aisiaren ekintza edo jardura motak” (Martínez García, Hernández García, & Berrio-Otxoa Otxoa de Angiozar, Kontxesi, 2000: 10). Bistakoa denez, orain artean bildutako definizioak sailkapen honen arabera kokatu daitezke zailtasun handirik gabe. Harluxet Hiztegi Entziklopedikoaren eta Hiru.com webgunearen definizioak aisiaren denboraren dimentsioari dagozkien batez ere. Wikipediak, aldiz, aisiaren ekintza edo jardura motei egiten die, gehiago, erreferentzia.

Terminoaren jatorri eta bilakaerari dagokionez, ezagutzen den euskarazko lehen liburuan, Bernat Etxepareren *Linguae Vasconum Primitiae*-n ondorengo pasartea aurki dezakegu: “Iudizio jeneralaz nola orhit eztira / Bekhatuan bizi dira bethi bere aisira / Egun hartan gal ezkiten aizinetik begira / Han orduian eztukegu ehork ere aizina / Harzaz unsa orhitzia zuhurtzia handi da.”⁵³ (Dechepare, 1545: 20)

Aisia bekatuarekin lotuta ageri zaigu, *Doktrina Kristiana* olerki erlijiosoaren baitan. Ezjakintasuna, berekoikeria eta jainkoaren hitzarekiko oroitzapen falta egozten dizkio

⁵³ Egungo euskera batuara itzulita, honela irakurri liteke pasartea: “Epai orokorraz oroitzen ez direnez, nahi erara bizi dira bekatuan. Egun hartan gal ez gaitzen aurretiaz pentsa dezagun, orduan ez baitugu inork astirik izango, horretaz ondo pentsatzea zuhurtzia handia da.”

Etxeparek aisiari. Finean, nork bere plazera jainkoaren nahien gaintetik jartzea. “Munduian den gizon orok behar luke pensatu / langoikoak nola duen batbedera formatu / Bere irudi propioa gure arima kreatu / Memoriaz borondatez endelgiaz goarnitu” (Dechepare, 1545: 6) gogorarazi ondoren, “Iudizio Jenerala”-ren lehen pasartea darabil, lagun urkoari ohartarazteko bertute kristaua dela lehentasuna, eta ez norbere plazera. Olerkiak Etxepareren jatorrizko grafian ere aurkezten dituen Patxi Altunaren edizio kritikoan *aysira* berba “Iudicio generalaz nola orhit eztira / Beccatutan vici dira bethi vere aysira” honela azaltzen da definituta *aysira*: “beren gogara, alegia, gogoak ematen dien eran.” (Altuna, 1980: 49). Aisia, beraz, askatasunarekin, norberaren gogo eta asmoekin lotuta agertuko zaigu, hortaz, nahiz eta Eyheralarreko erretore eta Donibane Garaziko bikario izanak bekatuarekin ere lotuko duen ezinbestean.

Testu erlijiosoekin jarraituta, Pedro Agerre “Axular”-en “Gero” lan klasikoan ere aisia atsegina eta plazerarekin lotzen da zuzen-zuzenean. “Etzen ez orduko travaillatze hura, penagarri izanen, orai bekhatu eginez gero bezala. Baiña hura izanen zen atsegin hartze bat, eta bere plazerera, eta aisiara zegoela, bere indarraren eta anzearen frogatze bat.” (Agerre, 1643: 12).

Baina are gehiago, Paradisuko egunetaz ari dela, San Tomasen hitzak⁵⁴ hartzen ditu oinarri jainkoak emandako lana, “travaillatze hura”, “lur-lantzea, aphaintzea, laboratzea, eta begiratzeko beharrean eta premian ere iartzea” (Agerre, 1643: 12) bekaturik gabeko paradisuaren penagarria ez zela esateko, non gizakiak, bere “aisian zegoela”, bere indar eta gaitasunaren frogatze, eta erronka bezala hartuko zuen lana.

Aisiaren arriskuez ere jakitun dela agertzen du Axularrek pese pasarte batean, aisiaren forma kaltegarriak aipatzerakoan: “Zeren berehala iendea, alferkeriari, ian-edanari, erran-merranei, eta aisiak dekhazkeien gaixtakeria suerte guztiei emanen zeuela.” (Agerre, 1643: 18). Axularrek Gero-n aisiarekiko azaltzen duen posizioa argi baino argiago laburbiltzen du ondorengo pasarteak: “Letra gabeko aisia, deus eztakienaren alferkeria, gizon biziaren hobia da, eta sepultura. Zeren deus eztakiena, eta egiten ere eztuena, presuna hillaren eta ehortzirik datzanaren pare baita.” (Agerre, 1643: 26). Aisiak beraz, formazioa, prestakuntza behar du, jakitua bat behar du, giza bizitzaren parte izateko, ezer ez jakin eta ezer ez egitea⁵⁵ hilda egotea bezalakoa baita (Lertxundi, 2009). Aisia beraz, bizitzaren sinonimo izango da Axularrentzat, baina ez edozein aisi, jakina, alferkeriaren kontrakoa den aisia baino.

⁵⁴ “Nec tamen, illa operatio esset laboriosa sicut post peccatum, sed fuisset jucunda, propter experimentum virtutis naturae. Custodia etiam illa non fuisset contra invasorem, sed esset ad hoc, quod homo sibi paradisum custodiret ne ipsum amitteret peccando.”

⁵⁵ Ikus aisiaren koordinatuak: Aisia absentea.

Axularren testua argigarria da aisia eta lanaren arteko harremanaz hausnartzerako orduan. Paradisuko “trabailatze hura” aipatzen du lurreko lan nekatu, penagarri, bekatuarekin lotutako hori zeruko lan aske, atsegin emale, aisiazko harekin alderatzeko. “Esperantza hunekin neguak uda, gauak egun, uriak atheri, minak gozo, trabailuak aisia...” (Agerre, 1643: 319). Beharra eta aisia alderatzen ari da Axular, jakin badakielako giza beharra gogorra eta latza dela, negua, gaua, euria, mina bezala, baina baduela bere alde ona, uda, eguna, aterpea eta gozamena dauden bezala.

Hartara, aisia eta beharra kontrakotasun harremanean agertzen zaizkigu berriro ere. Antzera dihardu Joanes Etxeberri “Sarakoak” jakinduria eta ezjakintasuna bereizterakoan:

Jakintasuna, eta ennorantzia baliatzen dira bi harma diferentez; Batak darabila nekhea, eta trabailua: Bertzeak aisia, eta alferkeria; jakintasunak edo zientziak gerla egiten dio ennorantziari nekhearen, eta trabailuaren bidez, harma hautaz garaitzen du. Halaber ennorantziak ere aisiaren, eta alferkeriaren bidez kontra egiten dio jakintasunari, trabatzen du, eta irabazten diotza hainitz izpiritu gai eder, eta batzuetan, munduan diren adimendurik haltoenak, eta gairik hoberenak; batzuek estudiatu zuketelarikan aisia, eta alferkeria dela kausa, estudiatu gabez, eta bertzeak estudiatu ondoan halaber aisiari, eta alferkeriari bere buruak emanez, eta ikhasi zutena ahantz-tera utziz. (Etxeberri, 1718: 10)

Kasu hauetan, urrun gelditzen da antzinako greziarren skholé-aren ideia, non aisia lanarekin, ahaleginarekin bateragarri agertzen zaigun, giza garapenerako esparru gisa ulertuta: “...greziarrek lanaren eta egiteko desinteresatuen artean bereizten zuten, zeinek ez ziren ahalegin gabekoak (...) Platon eta Aristotelesek defendatu zuten aisia ahaleginarekin eta askatasunaren egikaritzarekin lotuta dagoena da.” (Segura Munguía & Cuenca Cabeza, 2007: 12-13), eta aztertutako euskarazko tradizioan aisia erosotasun, atsedeen eta alferkeria gisa agertzen zaigu gehienetan.

Euskal tradizioak badu, hala ere, kontzeptu hauen arteko muga eta ustezko kontrakotasun absolutua zalantzan jartzeko adibide polita: Herri Kirolak. Denak ala denak, nola edo hala, baserritarren eguneroko beharrek lotutako jarduerak (egurra moztu, lurra landu, pisuak altxatu, uzta jaso...) ⁵⁶ eta, hala ere, kirol, jolas eta joko bihurtuak. Gabriel Arestik idatzi eta Oskorri taldeak kantu bihurtutako “Guretzat” olerkiak ezin hobeto jasotzen du lana jolas bihurtzeko joera hau: “Guretzat berdin dira / astea eta jaia / lana bihurtzen dugu / kantatzeko

⁵⁶ Euskadiko Herri Kirol Federazioaren arabera 18 dira Euskal Herriko Herri Kirolak: Aizkora, Giza-Abere probak, Harri jasotzea, Harri zulatzaileak, Ingude altxatzea, Lasto altxatzea, Lasto botatzea, Lokotx biltzea, Orga jokoa, Sega, Sokatira, Trontza, Trontza, Txinga-Ontzi eramatea eta Zaku eramatea (Euskadiko Herri Kirol Federazioa, 2011).

gaia / Har ditzagun eskuan / giltza eta laia / gariz eta burdinaz /lantzeko Bizkaia.” (Oskorri, 1976).

Harluxeten arabera *lana* “Gizakiaren jarduera, zerbait egitera edo eskuratzera bideratua; delako jardueraren emaitza” da bere lehen adieran (Harluxet, 2011b). Helburua duen jarduera, beraz, eta jarduera horrekin lortutakoa. Gerora datoz jarduera profesionala (saritu edo ordaindutako jarduera gisa), ahalegina eta emaitza edo ondorioaren adierak, fisikako definizioarekin batera (“Indar baten eta bere ezartze-gunearen lekualdatzearen sektore-biderkadura”).

Euskaltzaindiaren Orotariko Euskal Hiztegiak espainieraz “trabajo, faena, labor, tarea, quehacer” eta frantsesez “Travail, peine, affaire” bezala itzultzen du *lana* berba (Euskaltzaindia, 2011b). *Behar* aldiz, espainieraz “Necesidad, urgencia; pobreza, penuria; obligación, deber; (euf.) necesidad corporal” bezala itzultzen du, eta frantsesez “Besoin, nécessité” gisa (Euskaltzaindia, 2011a). Azpimarratzekoa da Orotariko Euskal Hiztegiak zehazten duela frantsesezko ezein hitz ez dagokiola zehazki *behar* berbari⁵⁷.

Badu, era berean, batez ere bizkaieraz, lan edo betebeharraren zentzua, eta *lesusen Imitazionea* lan erlijiosoan jasota ageri den legez, nahiago luke gizakumeak haietatik libratu: “Ezen iatea, edatea, iratzarri ibiltea, lo etzatea, pausatzea, travaillatzea, eta naturalezaren bertze gainerako beharren azpian egoitea, segur miseria eta aflikzione handian gizon debotarentzat; nahi bailuke hetarik eta bekatu guzietarik libratua baliz” (Pouvreau, 1979: 42). Libratu ezinik, baina, bekatuari bezala, aurre egitea besterik ez dagokio.

1.3. AISIAREN ETA AISIAZKO IKASKUNTZA

Aisiaren existentzia bezala, harekiko ardura gizartea bezain zaharra dela susma dezakegu, eta aisiaren lehen izendapena grezia klasikoan zehaztu dugun arren, giza alor honekiko interesa ez zen aro klasikoan hasi, ez eta harekin batera amaitu ere. Zientziak harreman askotarikoa eta oparoa izan du aisiarekin, eta aisiarekin lotutako hainbat galdera eta erantzun planteatu ditu gizakiak historian zehar.

Aisiarekiko interes zientifikoa bereziki bizia izan da XX. mendean zehar. Lanfanteek jaso bezala, “aisiari buruzko eztabaida etengabekoa izan da Historian (...) Gure mendea ez da salbuespena (...) Aisiaren arazoaren bidez ekoizpen sozialaren benetako helburuaren

⁵⁷ “Aucun mot français ne correspond exactement à *behar*, qui se rend le plus souvent par ‘besoin’, mais qui comporte aussi le sens d’obligation, de devoir.”

arazoa planteatzean da” (Lanfant, 1978: 18)⁵⁸. Ekoizpen soziala eta beronen antolaketa eta helburuei buruzko ideologia eta planteamenduak (antagonikoak sarri) giza historian etengabeak izan diren heinean, aisiarekiko ardura ere ardatz izan da gizakiarentzat, gizarte ikertzaileentzat eta ideia sistema ezberdinentzat. Hala ere, Robertsek adierazi bezala, bereizketa garrantzitsu bat egitea ezinbestekoa da, aisiaren ikaskuntzaren eta Aisiazko Ikaskuntzen artean:

Aisiaren ikaskuntza eta Aisiazko Ikaskuntzak bereiztu behar ditugu. (...) XX. mendearen hasiera –eta erdialdetik- aurrera aisiari buruz ikertu eta idatzi denean, familiaren, tokian tokiko komunitateen edo lanbide jakin batzuetako pertsonen bizitzari buruzko ikerketen barne izan da. (...) Ikerketa modu horrek, zeinak aisia erdialdetik kanpo uzten duen, oraindik ere bere horretan darrai. (K. Roberts, 2010: 165)⁵⁹

Aisia XX. mendean giza eta gizarte zientzietako diziplinetatik intentsiboki aztertua izan bada ere, eta Lanfantek iradoki bezala, finean gizarte zientzien eta gizarte antolaketa ereduen muinean egon bada ere honekiko ardura, ikerketa inplizitua, osagarria izan da neurri handi batean, ez agerikoa eta zentrala.

Aisiazko Ikaskuntzek, aldiz, esplizituki hartzen dute aisia ikerketa objektutzat. San Salvador del Valleren hitzetan, gizarte industrialaren sorreraren ostean bakarrik hitz egin daiteke beren beregi Aisiazko Ikaskuntzez (San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2006), lau eragileren elkarreraginaren bidez: sektore publikoak (gizartean eta araugintzan eskuhartzeko ahalmenaz), sektore asoziatiboak (egoerak salatzeko aukeraz), ekimen pribatuak (aisiaren alorrean etekinak irabazi eta hazteko asmo eta gaitasunaz) eta hiritargoak (sujetu aldarrikatzaile den heinean) alegia.

Ikerlariaren aburuz, fenomenoaren hedapenak ahalbidetuko zuen, hartara, Aisiazko Ikaskuntzen berauen agerrera eta hedapena: “Egite behagarriaren materializazioarekin ziurtatzen da behatzailearen agerrera, bere teoria eta metodologia.” (2006: 1)⁶⁰. Hortaz, Aisiazko Ikaskuntzen hasiera XX. mende hasieran kokatzen da, aipatutako lau eragileen agerrera eta sendotzearekin batera, eta mendearen lehenengo erdian egonkortuko diren arren esparruaren interesguneak bigarren erditik aurrera emango da Aisiazko Ikaskuntzen garapen osoa. Gogoratu beharra dago aisiari zehazki lotutako formakuntza planak, Ipar

⁵⁸ “La discusión sobre el ocio ha sido permanente en la Historia. (...) Nuestro siglo no es ninguna excepción. (...). A través del problema del ocio, se plantea el de la finalidad real de la producción social.”

⁵⁹ “We need to distinguish the study of leisure from Leisure Studies. (..) Throughout the early - and mid-20th century, leisure was researched and written about, usually as part of studies of the family, local communities, or the lives of people in specific occupations. (..) This kind of research, where leisure is offcentre, is ongoing.”

⁶⁰ “Y con la materialización del hecho observable se asegura la aparición del observador, su teoría y metodología.”

Amerikan XX. mende hasieran hasten diren arren, Europako unibertsitateetan XX. mendeko hirurogeiko hamarkadan sortzen direla aisiazko gaietan zentratutako lehen unibertsitate sailak.

Are gehiago, Aisiazko Ikaskuntzei jatorri eta joera ezberdina nabari zaie kokalekuaren arabera (Cuenca Cabeza, 2006a: 11-12). Hala, Ameriketako Estatu Batuetan gehiago lotzen zaizkie ingurune naturalari, parke eta espazio naturalei eta olgetaren bidezko pedagogia eta terapiari. Europan, berriz, tradizio handiagoa dago askatasunaren eta gizakiaren garapenaren filosofiari lotuta, batez ere soziologia, politika eta ekonomiaren esparruetatik edanez. Karla Hendersonek ingelesezko tradizioan ere bereizketa geografikoa identifikatzen du *leisure sciences* eta *Leisure Studies*-en artean, lehena ipar amerikar perspektibetan kokatuz, eta bigarrena britainiar eta Europar perspektibetan (Henderson, 2006)⁶¹, kategorien arteko dikotomiak sarri azalekoak gertatzen direnaz ohartarazten duen arren.

San Salvadorrek tradizio eta garapen lerro ezberdinetan kokatzen ditu ingelesezko Leisure Studies eta espainierazko estudios de Ocio, ahultasun eta atzeratze egoera batean kokatuz bigarrena, gutxiago ezagutu eta aitortzen den deiturapean (2006: 1)⁶². Zer esanik ez euskarazko ekoizpen teorikoaz, zeinaren produkzio gehiena astialdiko eskolen inguruan gertatu den, eta lan klasiko eta esanguratsuen itzulpenez gain, gehiago kokatuko genukeen aisiaren ikaskuntzen baitan, beren beregi Aisiazko Ikaskuntzetan baino.

1.3.1. DIZIPLINARTEKOTASUNA

Aisiazko Ikaskuntzak diziplina akademiko ezberdinetatik abiatzen dira, eta azken hamarkadetan aisiak pertsonen eguneroko bizitzan eta industria mailan hartutako indarrak (ikus bestela aisiaren sektoreak ekonomian eta enpleguan duen garrantzia) gaiarekiko interes akademikoa ere piztu ditu (Bull, Hoose, & Weed, 2003). Interes akademikoa eta aisiaren errealitatearekiko ardura hartu duten esparruen ugaltzearekin batera, ezinbestekoa da diziplina aniztasunak, diziplina artekotasunak eta diziplinaz haranzkotasunak duten garrantzia azpimarratzea (Madariaga Ortuzar, 2008). Diziplina bakoitzak kontzeptu, tresna, oinarri, eredu eta iturrien ekarpena dakar, eta, hori dela eta, aisiaren ezagutzan lagundu du (Cuenca Cabeza, 2006b).

Aisia giza fenomeno konplexu eta anizkoitza izanik, bizipen subjektiboarekin eta esperientziaren balioarekin harreman zuzena duena, Jaime Cuencak azpimarratzen duen

⁶¹ "Leisure scientists refer primarily to research conducted from North American perspectives and Leisure Studies researchers refer to British and European perspectives."

⁶² "... una denominación menos reconocible y reconocida como es Estudios de Ocio."

gisa, diziplinen metodologia partzialen pentsamendu eredu zurrunetan erori gabe praktikan esperientziaren balioa aztertzeko erronka dute aurrean Aisiazko Ikaskuntzek (Cuenca Amigo, 2010: 248). Aisiaren diziplinarteko izaera aitortu ez ezik ospatu eta sustatzen duen erreferentziazko obra da “Aproximación Multidisciplinar a los Estudios de Ocio” (Cuenca Cabeza, 2006a), eta besteren artean ekonomia, estetika, etika, pedagogia, marketina, psikologia, zuzenbidea, osasuna, politika eta soziologiatik egindako ekarpenak azaltzen dira bertan. Cuenca irakasleak liburuaren sarreran jasotzen duen legez, Aisiazko Ikaskuntzen funtsezko ezaugarria da aisiarekiko hurbilketa globala (Cuenca Cabeza, 2006a); diziplina akademiko tradizioaletatik nekez jasoko baita bere osotasunean, aldi berean norbanakoaren esperientzia eta gizarte fenomeno bezala hartuta. Cuencaren ustez Aisiazko Ikaskuntza eguneratu batzuen “ideala” (2006a: 13) diziplina artekotasunean kokatzen da, aisiaren fenomenoaren bizipenari eta hiritarraren egunerokotasunari buruz galdera erantzun globalak ikerketa esparru ezberdinetatik eskaintzea baita aisiazko ikerlarien helburua.

Ondoren diziplina eta esparru ezberdinetatik Aisiazko Ikaskuntzetara egindako ekarpenak laburbilduko ditugu, diziplinartekotasun honen adibide gisara: Aisiaren Soziologia, Aisiaren Psikologia, Aisiaren Pedagogia, Aisiarako Eskubidea, Aisiazko Politikak, Aisia eta Osasuna, Aisiaren Ekonomia eta Aisiaren Estetika hurrenez hurren.

Aisiaren Soziologiarentzat, bereziki garrantzitsua izango da pertsona, talde eta gizartearen arteko harremanetan sortzen diren egoera enpirikoak aztertu eta azaltzea (Setién Santamaría, 2006b: 201). Bertan kokatzen dira Aisiaren Ikaskuntzetako zenbait lan klasiko, Thorstein Veblen-en “Aisiazko Klasearen Teoria” (Veblen, 1899), edo Lafargueren Alferkeriarako Eskubidea (Lafargue, 1999) kasu, baita Rojeken “Aisia eta kultur” testu garaikidea ere (Rojek, 2000).

Aisiaren Psikologiarentzat, aisia esperientzia subjektiboa da beste ezeren gainetik, gogamen egoera (Gorbeña Etxebarria & Martínez Rodríguez, 2006: 124). Neulingerrek aisiaren definizio psikologiko bat erdiesteko astialdia eta aisia bereiztu beharra azpimarratzen du, askatasun somatua, berezko motibazioa eta ez-instrumentaltasuna aipatuz aisiaren osagai psikologiko erabakigarri gisa (Neulinger, 1981). Aipatzekoak dira halaber Iso-Aholaren “Aisia eta Olgetaren Gizarte Psikologia” (Iso-Ahola, 1980) non norbanakoaren esperientziak eta gizarte eta ingurunearen eraginak elkarreaginean agertzen diren eta Mihaly Csikszentmihalyi-ren “Jariora” (Csikszentmihalyi, 1991) zeinetan aisiazko esperientziaren maila gorenaren gakoak aztertzen diren.

Aisiaren Pedagogiak hezkuntza eta aisiaren arteko harreman estua hainbat modutan aztertu du historikoki: aisiaren eragina bizi-kalitatean, gakoak, hezkuntza eskuhartzearen helburuak,

pertsonen. Elkarleen eta aisiaren profesionalen hezkuntzari dagokionez berriz, Astialdiaren Pedagogiatik hasi eta Aisiarako Hezkuntza azpimarratu izan dira, egun indar handiagoa duen Aisiaren Hezkuntzaraino (Madariaga Ortuzar, 2008). Aisiarako eta Aisiaren Hezkuntzaren artean, Cuencak bigarren kontzeptuaren alde egingo du aipatutako lanean, aisiaren pedagogiaren esparrutik:

Aisiaren Hezkuntzaren berariazko zentzua ez da hainbeste asperdurarengandik askapena edo kontsumo gizarteetan ugaltu diren orban sozialak saihestea; pertsonaren aldarrikapena da, bere askatasun arduratsua eta bere eskuzabaltasuna. Gogobetetzearen defentsa da, erabilgarritasunaren gainetik, edo, nahi bada, gure ekintzen berdefinizioa, baliagarritasuna, erabilgarritasuna eta oinarritzko beharrianak ez diren irizpideen arabera. (Cuenca Cabeza, 2006c: 83)⁶³

Edozelan ere, aisiaren garrantzi sozialarekin batera, harekiko hezkuntza eta formakuntzak duen garrantzia ere haziz doala gogogorazariko du egileak: aisia goranzko eskaera duen ikaskuntza-eremu gisa azaltzen da, bai aisiazko bizimodu eta praktika berrietarako trebeziak ikasi beharagatik, bai zenbait ikaskuntza aisiatzat hartzen hasi izanagatik (Cuenca Cabeza, 2011: 113).

Aisiaren Hezkuntza bazter utzita, Zuzenbidearen eta Etikaren diziplinen tartean koka daiteke Aisiarako Eskubidea; izan ere, esparru honek zuzenbidezko printzipioak aztertzen ditu, irizpide etikoetatik ere edanez.

Aisiarako eskubidea, nazioarteko aldarrikapenetan jasota ez badago ere, herrialde demokratikoen kontzientzia moralaren parte da: hauen gizalegezko etikan presente dago. Moraltasuna, zentzu horretan, legearen aurretik doa. (De la Cruz Ayuso, Cristina, 2006: 77)⁶⁴

Zuzenbidea gizakiak gizarte bizitza antolatzeko duen tresna izanik (De Angel Yagüez, 1993), pertsona orok aisiara sarbidea eta aukera eta honetaz gozatzeko eskubidea duela bermatzeko eta eraldaketa sozialerako erraminta⁶⁵ gisa ulertzen du Aisiarako Eskubideak:

⁶³ El sentido específico de la Educación del Ocio no es tanto la liberación del aburrimiento o la prevención de las lacras sociales que han proliferado en las sociedades de consumo, es la reivindicación de la persona, de su libertad responsable y su generosidad. Es la defensa de lo satisfactorio por encima de lo útil o, si se quiere, la redefinición de nuestras acciones en función de criterios diferentes a la utilidad, lo utilitario y las necesidades básicas.

⁶⁴ "(...) el derecho al ocio, aunque no recogido en declaraciones internacionales, forma parte de la conciencia moral social de los países democráticos: está presente en su ética cívica. La moralidad, en este sentido, va muchas veces por delante de la propia ley."

⁶⁵ "El Derecho es una realidad que cambia al hilo de las transformaciones sociales y, a su vez, es un factor de cambio y transformación social." (Lazaro, 2005: 32)

(.) aisiaren jardueraren funtsa gizakiaren balore nagusietarik bat da, askatasuna, ezin baita inor behartu gozatzeraz, pozik egotera, gauzen ikuspegi ludiko edo sortzaile bat izatera, edo jai bat bizitzera (.) Askatasuna pertsonaren duintasunaren oinarria da, zeinaren helmuga eta zentzua norberaren garapena den, norberaren izatea, eta aisiak plataforma ezinhobea eskaintzen du hau lortzeko.” (Lázaro Fernández, 2005: 3)

Aisia balio positibotzat hartzen da horrela, askatasunerako eta berdintasunareko oinarri bazterkeria soziala sufritzen duten pertsonentzat aisiak duen garrantzia, ezgaitasunak dituzten pertsonena kasu, azpimarratuz: “Ezgaitasuna duten pertsonen berdintasunezko eskubideak ez datoz ezgaitasun baldintzetatik, baizik eta haien herritar izaeratik” (Lázaro Fernández, 2005: 4). Aisiarako Eskubidearen gako garrantzitsuak dira irisgarritasuna, sarbidea, eta inklusioaren kontzeptuak (Gorbeña Etxebarria, González Prieto, & Lázaro, 1997; Lázaro Fernández, 2004; Madariaga Ortuzar, 2008), bereziki bazterketa egoeran dauden giza taldeekiko -ezgaitasuna duten pertsonak, adin nagusikoak, gutxiengo etnikoak.- jardunean (Bull et al., 2003: 91).

Politika da, nola ez, aurrekoarekin zuzenean lotuta dagoen beste aisiazko esparru bat. Izan ere, aisia norbanakoaren ardura gisa ulertzera jotzen badugu ere, gizarte mailako gertakaria den heinean, fenomeno politikoa ere bada (ekonomikoa, zuzenbidezkoa, giza eskubidezkoa, diru-laguntza eta eskuhartze publikoarekin lotutakoa.). San Salvador del Vallek (San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2000; San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2006) jasotzen duen gisa Aisiazko Politiken (eta berauen ideologien) analisiak praktika politikoa hobetzeko helburua du, erabakitze eta diseinu prozeduren ezagutzan sakontzearekin batera. Izan ere, “aisiaren fenomenoak eragin positiboak sortzeko gaitasuna dauka ekonomiaren dibertsifikatzean (.) eta ondorio kaltegarriak sortzeko ahalmena du, harreman-eskuhartze gisa politiken bihotzean integratzen ez denean.”(San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2000: 40) ⁶⁶

Osasunak ere aisia eskuhartzerako esparru eta metodo gisa ulertu du, bizi-estilo osasuntsuetarako duen garrantzia ikusirik, osasuna gaixotasun eza baino “ongizate fisiko eta sozialaren ongizate erabatekoa” bezala ulertuta ⁶⁷ (Grad, 2002). Hartara, aisia eskuhartzerako eta egoera ez-osasuntsuen prebentziorako tresna eta aldaketa pertsonal eta sozialerako estrategia bezala ulertzen da. Juan Francisco López Paz-entzat aisia eta osasuna estu-estuan lotuta daude, aisiak osasun fisiko eta psikikoan eragiten dituen ondorio

⁶⁶ El fenómeno del ocio tiene la capacidad de generar efectos positivos, que pueden ser de vital importancia en la diversificación de la economía (..) y tiene la capacidad de provocar efectos perversos, allí donde no se integra en el corazón de unas políticas como intervención relacional.

⁶⁷ “A state of complete physical, mental, and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity.”

positiboak direla eta, eta aisiak pertsonen arazoei aurre egiiteko baliabideak dituztela sentitzen laguntzen dielako (López Paz, 2006: 173-174), babes sozialaren pertzepzioa eta autodeterminazio maila handituz.

Ikuspegi ezberdin batetik, Marta Álvarez Aldayk jasotzen duen gisa, aisialdian burutzen diren jardura guztien eragin ekonomikoa aztertzen du Aisiaren Ekonomiak. (Álvarez Alday, 2006: 23). Oro har, ikerlariak ekonomiaren funtsa ondasun eta zerbitzuak ekoizteko baliabide urrien esleipena dela, eta zentzu horretan Aisiaren Ekonomia beharrian oinarritzkoenak asetuta dituzten gizarteak "luxua" dela (Álvarez Alday, 2006: 21) gogorarazten du. Hala ere, Gizarte postindustrialak (Bell, 1973: 37) zerbitzuek industriari gaina hartu diotela gogoratzeaz batera, aisiaren sektoreak egungo ekonomian duen zentralitatea azpimarratzen da behin eta berriro (Bull et al., 2003: 109; Gratton & Taylor, 1992: 29; Weiermair & Mathies, 2004). Izan ere, aisia egungo gizarte kapitalistetakoa giltzarria bihurtu da. Aisiaren Ekonomiaren gaiaren helburu eta anbizioari buruz, aldiz, Álvarez Aldayk honako galdera luzatzen du bere hausnarketa diziplinarrean:

Agian erronka jarri beharko genioke gure buruari galdetuz aisiak, bere garrantzia ekonomiko indartsuarekin, katalizatzaile lana egin dezakeen eraginkortasunaren izenean esklabo bihurtutako giza talde izatetik –guretzako eta gutarrentzako asti urriarekin, baina agian beharrezkoak ez diren ondasun eta zerbitzuz gainezka- haien hausnartu eta aukeratutako beharrianen asebetetzea bilatzen duten gizarteetara, planetako pertsona guztien eta ondorengo belaunaldien oinarritzko beharrianen asetzea aztertu eta bermatzeko moduan.⁶⁸ (Álvarez Alday, 2006: 22-23)

Azkenik, ikerlariak berak gutxi landutako eremua dela onartu arren, agian arrazoi beragatik hain zuzen ere, bereziki interesgarria suerta liteke lan honen helburuetarako Maria Luisa Amigok proposatzen duen Aisiaren Estetika hurbilketa, zeinetan estetikak Aisiazko Ikaskuntzei egin diezaiekeen ekarpena hiru esparrutan iradokitzen duen: aisiazko esperientzian, dimentsio ludikoan eta dimentsio sortzailean⁶⁹ (Amigo Fernández de Arroyabe, Maria Luisa, 2006). Esperientzia estetikoaren eta aisiazko esperientziaren arteko lotuneak eta bateratasunak azpimarratzeaz gain beronen aktibotasuna eta parte hartzea defendatzen du autoreak:“(.) nahikoa da eskuartean olerki bat hartu eta kuadro bati so egitea

⁶⁸ “Quizá debiéramos plantearnos el reto de considerar si el ocio, con su importante trascendencia económica (..), puede ser el catalizador que nos haga pasar de ser grupos humanos esclavizados en aras de la eficiencia — con poco tiempo para nosotros y nuestros allegados pero desbordados de bienes y servicios que quizá no sean esenciales— a sociedades que persiguen la satisfacción de sus necesidades —meditadas y elegidas— y de manera que se contemple y garantice la cobertura de las necesidades básicas de todas las personas del planeta de ésta y de las generaciones venideras.”

⁶⁹ Ikus aisiaren dimentsioei dagokion atala.

esperientzia dinamikoa dela eta gure aldetik ahalegina eskatzen duela jakiteko; harremanak bereiztu, sistema sinbolikoak ezagutu edo esanahia argitzeko.”⁷⁰ (2006: 43).

Aisiaren Estetikak subjektuaren aktibotasuna eta partehartzea nabarmenduko ditu aisiazko esperientziaren eraikitze eta bizipenean: “Aisia subjektuaren ekintzaren eta borondatearen araberakoa da, gertakizunen, egunerokotasunaren edo fenomeno kulturalen aurrean hartzen duen jarreraren araberakoa.”⁷¹ (2006: 44). Finean, bizipen estetikoaren azterketak berau aisiazko esperientziarekin estu-estuan lotzen duela ondorioztatzen du egileak, gutxienez hiru ezaugarri komun identifikatuz: esperientziarekiko jarrera, aukera askatasuna eta autotelismoa. (2006: 56).

Noski, ez dira hemen amaitzen Aisiazko Ikaskuntzetan eman diren pausu diziplinarrak eta aurkeztu diren binomio emankorrak. Aurkeztutako kategoria orokorren pean ere gai espezifikoagoak aurki daitezke, baita, tradizio zientifiko ezberdinetatik edota biztanleriaren sektore espezifikoetara egokitze aldera egindako sakontze ariketak ere. Aisiazko Ikaskuntzen Institutuko bibliografia oparoari erreparatuta berehala ekarri daitezke gogora besteak beste:

Aisia eta ezgaitasuna (Cuenca Cabeza, 1997; Cátedra de Ocio y Minusvalías, 1995; De la Cruz Ayuso, Cristina, 2003; Gorbeña Etxebarria et al., 1997; Lázaro Fernández, 2004; Setién Santamaría, 2000), Aisia eta bizi-kalitatea (Setién Santamaría, 2000), Aisia eta aukera berdintasuna (Cuenca Cabeza, 1999a), Aisia eta Historia (San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2006), Aisia eta prestakuntza (Cuenca Cabeza, 1999b), Aisia terapeutikoa (Gorbeña Etxebarria, 2000a), Aisia eta osasun mentala (Gorbeña Etxebarria, 2000b), Aisia eta artea (Amigo Fernández de Arroyabe, Maria Luisa, 2000), Aisia eta garapena (Csikszentmihalyi, Cuenca Cabeza, Buarque, & Trigo, 2001), Aisia eta emakumezkoak (Setién Santamaría & López Marugán, 2002), Aisia eta gizarte boluntariora (Caride Gómez & López Paz, 2002), Aisiaren kudeaketa (Apraiz & Iribar, 2003), Aisia eta kirola (Fraguela Vale, Varela Garrote, Caride Gómez, & Lera Navarro, 2009; Monteagudo & Puig, 2004), Aisia solidarioa (Cuenca Cabeza, 2005), Aisia eta Gizarte Psikologia, Aisia eta marketina, Aisia eta enpresa, Aisia eta gazteak, Aisia eta nagusiak, Aisia eta sufrimentu psikikoa beharrean (Monteagudo, 2007), Aisia eta lana (Aristegui Fradua, 2012), Aisia eta denbora (Cuenca Cabeza & Aguilar Gutierrez, 2009), Aisia eta espazioa (Lazcano Quintana & Doistua Nebreda, 2010), Aisia eta kontsumismoa, Aisia eta Antropologia, Aisia eta

⁷⁰ “(..) sólo hay que tomar en las manos un poema o mirar un cuadro para saber que la experiencia es dinámica y requiere un esfuerzo por nuestra parte para discernir relaciones, identificar los sistemas simbólicos o desentrañar el significado.”

⁷¹ El ocio depende de la acción del sujeto, de su voluntad y, por tanto, de la actitud que adopta ante los acontecimientos, la vida cotidiana o los fenómenos culturales.

museistika, Aisia eta umeen eskubideak, Aisia eta etengabeko ikaskuntza edota Aisia eta heziketa fisikoa (Aguilar Gutierrez & Rubio Florido, 2006).

Lan honen esparrura itzulita, Aisiazko Ikaskuntzek eta hedabideen eta masa komunikazioaren azterketak elkartruke emankorragorik izan ez izana harritzekoa da, masa hedabideek eta Aisiak industria mailan eta gizarte industrializatuetakoko pertsonen egunerokotasunean duten garrantzia ikusita. Baina harrigarri ala ez, gutxi dira esplizituki masa komunikazioa eta aisia aipatzen dituzten ikerketak (Glyptis, 1983), eta are gutxiago Aisia eta Komunikazioa diziplinaren erakuntzaren alde egiten dutenak (Kennedy & Thornton, 2004). Aisia esanguratsua da hedabideekiko eratzen ditugun harremanak aztertzerako orduan. Sue Glyptisek duela hogeita hamar urte hedabideek eragin gabeko aisiazko esparruak gutxi zirela jaso zuen: “Aisiazko lanbideetan dabiltzanen artean gutxik diraute hedabideek aisiazko jokaera eta asmoetan izan dezaketen eragin potentzialetik at, aisirako jarduera eta xedapenen sustapenerako ildo gisa eta eskubide osozko aisiazko ekintza modu bezala.” (Glyptis, 1983: 1.1). Egia hura bera inoiz baino indartsuagoa da, gaur egun, Komunikazio eta Informazioaren Teknologia hain modu ikusgarrian garatu eta hedatu direnean. Hala ere ikerketa ildo oparoa eskaini zezakeen arren, gutxi dira aisia eta hedabideak modu esplizituan izendatu eta lotu dituzten ikerlariak.

Honekin ez dugu esan nahi, noski, aisiaren eta hedabideen inguruan ikerketarik egin ez denik. Ikus adibidez Kenneth Thompsonen artikulua interesgarria, muga-zeharkatze eta nortasun diasporikoen inguruan: *Hedabideen erabilera eta aisiazko praktikak gutxiengo etnikoetan* (K. Thompson, 2002), Michael Bailey-ren *Emanaldiak eta Aisialdi Behartuaren arazoa* 1930. Hamarkadan (Bailey, 2007), Andy Bennett-en editoriala herri-musika eta aisiaren inguruan (Bennett, 2005) edota Chris Rojek-ek internet bidezko fitxategi trukaketaren azterketa aisia forma gisa (Rojek, 2005b). Lan interesgarriak egon badaude, aisia eta hedabideen inguruan.

Baina ez dugu hurbilketa diziplinarrik aurkitu Aisia eta Hedabideak binomioaren inguruan. Salbuespena John Heeleyren *Hedabideak Aisia gisa* lanak eskaintzen digu, non hiru aldaera identifikatzen ditu hedabideek aisiarekiko duten harremanean: hedabideetan oinarritutako aisia, hedabideek aisialdiaren fenomenoari buruz egiten duten errepresentazioa eta aisiazko ondasun eta zerbitzuen hedabideen marketina⁷² (Heeley, 1983). Tamalez, gugana heldutako erreferentzia laburra bezain zaharregia da, kontzeptuak sakontasun handiagoz lantzeko.

⁷² “General representation of media to leisure: media-based leisure, media representation of leisure-time phenomenon, media marketing of leisure goods and services.”

Atalarekin amaitzeko ondoren Aisiaren Ikaskuntzen diziplina arteko izaera agerian uzten duten diziplina eta esparru ezberdinen ekarpenak laburzen dituen taula aurkeztuko dugu (1. taula: Aisiaren diziplina/esparruak eta ekarpen esanguratsuenak).

1. TAULA: AISIAREN DIZIPLINA/ESPARRUAK ETA EKARPEN ESANGURATSUENAK

Diziplina edo esparrua	Ekarpen esanguratsuenak
Aisiaren Soziologia	Harreman sozialen garrantzia, enpirismoa.
Aisiaren Psikologia	Subjektuaren esperientzia, aisiaren osagai psikologikoak, gizarte psikologia, aisiazko esperientzia.
Aisiaren Pedagogia	Aisiarako Hezkuntza, Aisiaren Hezkuntza, giza garapena, askatasuna.
Aisiarako Eskubidea	Gizalegea eta eraldaketa soziala, sarbidea, inklusioa
Aisiazko Politikak	Aisiaren izaera politikoa, politiken diseinua, aisiaren eragin positiboak
Aisiaren Ekonomia	Aisiaren zentraltasun ekonomikoa, urritasuna eta asebetetzea
Aisiaren Estetika	Hartzailearen aktibotasuna, esperientzia estetikoa
Aisia eta Hedabideak	Masa hedabideak aisiazko eragile, ildo eta jarduera. Hedabideak aisia gisa.

Iturria: Norberak egina

1.3.2. AISIAREN PRAKTIKA (IKUSPEGI OBJEKTIBOA).

Max Kaplanek XX. mendeko hirurogeiko hamarkadan jaso bezala, aisiaren definizioa eta neurketa objektiboki eta subjektiboki gauzatu daitezke (Kaplan, 1960). Fenomenoari begiratzeko darabilgun ikuspegiak, eta berau neurtzeko darabiltzagun tresna metodologiko eta epistemologikoei eragin zuzena dute iker-objektuaren izaeran bertan. Paradigma zehatz batetik eta haren bidez lortutako ezagutzak ikertutako errealitatearekiko pertzepzio eta interpretazioak baldintzatzen ditu (Kuhn, 1996; Lee, Dattilo, & Howard, 1994). Hori dela eta, ez da harritzekoa aisiaren funtsezko izaerari eta berau ulertu eta aztertzeko estrategien egokitasunari buruzko eztabaidak bizi-bizirik irautea gaur ere,.

Ikuspuntu objektibo batetik, aisiak eskuragarri dagoen astiarekin, zerbait egitera zuzendutako denbora edo aldiarekin, beroni eskainitako baliabideekin eta burututako ekintzekin du zerikusia. Aisiaren eremu objektiboa erabilitako material, okupatutako espazio,

errepikatzen diren ohitura eta gauzatzen diren praktikek osatzen dute (Landabidea Urresti et al., 2012). Stebbins-en hitzetan, aisia astialdian hala nahi delako jardundako *ekintza* bailitzan definitu daiteke, asetzale edo betegarria den modu batez, eta zeinetarako nork bere abilezia eta baliabideak erabili behar dituen (A. R. Stebbins, 2005). Zentzu horretan, sarri "ikuspegi objektibo batetik zerbaitegitera zuzendutako denborarekin nahasten da, inbertitutako baliabideekin, edo, beste gabe, ekintzekin eurekin" (Cuenca Cabeza, 2000: 15). Ikuspegi horretatik begiratuta, zer esanik ez, aisia zeharo fenomeno garrantzitsua da egungo gizarte industrialetan. Kenny Roberts-ek jaso bezala, "azken finean, ekonomikoki aurreratutako gizarteetan aisiak praktikan esna gauden denboraren erdia eta gure kontsumoko gastuaren heren bat" hartzen baitu⁷³ (K. Roberts, 2002: 15).

Aisia giza bizipen pertsonala da, baina elkarrekin banatzen dugun heinean fenomeno sozial bilakatzen da. Hala, gizarte fenomeno legeez, forma eta dinamika ezberdinak hartu izan ditu (eta hartzen jarraitzen du) denboran eta espazioan zehar. Aisia gizarte instituzio bilakatu dela argudiatu daiteke (National Recreation and Park Association, 1983: 166; S. R. Parker, 1976; Toner, 1995: 17), eta hala, historikoki aisiaren dimentsio sozialak eraldaketa sakonak jasan dituela norbanakoen sinesmen, motibazio eta jokabiden antolatzaile zabala gisa. Cuenca irakasleak gogorarazten duenez: "Iragan belaunaldien aisia ez zen gaur egun dena bezain fenomeno esanguratsua. Astialdirako sarbide masiboa eta aisiaren eremu bezala jasandako garapena progresiboki lortuz joan da, XX. mendea aurrera joan ahala"⁷⁴ (Cuenca Cabeza, 2000: 32). Gizarte fenomeno denez, aisiak ondorio ekonomiko eta sozial berezkoak sortzen ditu, onuragarriak zein kaltegarriak; aldagai sozialen araberrako interpretazio bat ahalbidetzen du (adina, sexua, klase soziala, herrialdea, denborak, praktika motak.) eta erreproduzio eta aldaketa sozialerako aukerak planteatzen ditu. Era berean, gizarteari eragiten dioten aldagaiek beraiek eragiten dute aisiaren agerpen sozialetan.

Denbora da, zalantzarik gabe, aisiaren praktikaren aldagai nagusietariko bat. Alde horretatik, interesgarria da denbora sozialaren kontzeptuari erreparatzea, behararen eta astialdiaren arteko egunaren banaketak eragin zuzena baitu aisiarengan, fenomeno soziala den neurrian. Setién eta Lópezek denbora soziala "gizarte guztietan ekintza mota batzuk eta ez beste noiz eta nola egin behar diren erregulatzen duten arauak" osatzen dutela diote (Setién Santamaría & López Marugán, 2000: 15). Hartara, denbora sozialaren esleipen dinamikek faktore ekonomiko, produktibo eta kulturaletan dute oinarria, eta gizarteek, garai

⁷³ "Después de todo, en las sociedades avanzadas económicamente, el ocio representa prácticamente la mitad de todo el tiempo que permanecemos despiertos y un tercio del gasto de consumo."

⁷⁴ "El ocio de las generaciones pasadas no fue un fenómeno tan significativo como lo es ahora. Se puede decir que el acceso masivo al tiempo libre y su desarrollo como ámbito de ocio se ha ido consiguiendo, progresivamente, con el avance del siglo XX."

ezberdinetan, denboraren antolamendu eredu ezberdinak agertzen dituzte, eta gizartearen baitan ere, denbora sozialaren esleipena asimetrikoa izaten da:

Lehenengo eta behin [ikerketek] agerian utzi dute denbora talde sozialen artean modu ezberdinean banatzen dela, eta denbora eskasiak ez diela pertsona guztiei modu berean eragiten. Hala, kolektibo batzuek denboraren gabezia fisikoa gehiago sufritzen dute, zeinek haien astiaren gutxitzean eragiten duen hau da, aisiazko jardueretara bideratzen den denboran. (Setién Santamaría & López Marugán, 2000: 10)⁷⁵

Aisiaren praktika ikertzerako orduan, eta batez ere denbora eta aisiazko jarduerak harremanetan jartzerako orduan, denbora-aurrekontuak dira ikerlari sozialen eskura dauden tresna eta informazio iturri erabilienetarikoa (Setién Santamaría & López Marugán, 2000: 11). Denbora-aurrekontuen inkestek pertsona batek egunean zehar egiten dituen jarduera guztiak erregistratzen dituzte, oro har eguneroko bat erabiliz, informazioa jasotzeko. Hainbat forma har ditzaketen arren, inkestok giza taldeen bizitza erritmoak eta haien arteko denboraren erabileraren ezberdintasunak aztertzea ahalbidetzen dute (gizonezkoak- emakumezkoak, gazteak-helduak-adinez nagusiak, biztanleria aktiboa-lanik gabekoa.).

Eustat Euskal Estatistika Erakundeak, adibidez, 5 urtean behin burutzen du inkesta (1993, 1998, 2003, eta 2008ko datuak ditugu eskuragarri), eta honako helburu espezifikoak adierazten ditu (Eustat, 2011c):

- Eguneko denbora nola banatzen den jakitea.
- Jardunaldi motak deskribatzea.
- Denboraren erabileraren baldintzatzaileak zein diren aurkitzea.
- Gizarte-taldeen arabera ezberdintasunak zehaztea.
- Jarduera bakoitza eguneko zein unetan egiten den zehaztea.
- Jarduera bakoitzari zenbat denbora eskaintzen zaion neurtzea.
- Talde jakinen (gazteak, zaharrak) eguneroko bizitza deskribatzea.
- Ekipamendu bakoitzaren erabilera balioztatzea.

Aisiak, partehartze sozialarekin batera, leku bereizia du denbora-aurrekontuan, eta 2003ko monografikoaren 4. atala osatzen du (Setién Santamaría, 2006a). Bertan, Setién-ek aisia

⁷⁵ “En primer lugar han puesto de manifiesto que el tiempo está repartido de forma desigual entre los distintos grupos sociales y que la escasez de tiempo no afecta por igual a todas las personas. Así, hay colectivos que sufren en mayor medida la escasez física de tiempo, lo cual redundará en una disminución de su tiempo libre, es decir, del tiempo que se dedica a actividades de ocio.”

kategoriaren baitan kokatzen diren jarduerak zerrendatzen ditu, Aisia Aktiboa, Aisia Pasiboa eta Erdi-aisia azpimultzoak ezberdinduz:

«Aisia Aktiboan», batez ere kirolak, pasierak eta aire librean egiten diren beste hainbat jarduera, eta ordenagailuaren eta Interneten erabilerari lotutakoak sartzen zituzten, eta «Aisia Pasiboan» telebistari eta beste hedabideei eskainitako denbora, ikuskizunetara jo errealtatea, jokoak eta era guztietako zaletasunak. Aisia jardueren artean sartu ditugu «Erdi-aisia» eta «Harrerak eta irteerak» izendatuak ere: «Erdi-aisia» dira brikolajea, lorezaintza, trikotatzea, brodatzea, etxeko konponketak bezalakoak, eta «Harrerak eta irteerak», berriz, lagunekin kopak hartzera, festetara edo dantzara joatea. (Setién Santamaría, 2006a: 125-126)

Azpimarratzekoa da, halaber, ikerlariak aisiaren kontzeptuari dagokionez egiten duen zehaztapena: “Guk dugun Aisiaren ikusmolde zabalean, bai erdi-aisiak, bai harrera eta irteerak denbora librean egiten diren jarduerak dira eta borondatez aukeratzen direnak, eta horregatik sartu ditugu «Aisia» kapitulu generikoan.” (Setién Santamaría, 2006a: 127).

Denbora-aurrekontuen inkestak informazio baliagarria eta baliotsua eskaintzen digute kultura eta gizarte jokabideei eta aisiaren forma sozialei buruz, eta urteetan zehar egindako lan eskerga aitortu eta eskertu beharra dago. Hala ere, aisiaren praktikaren ikuspegi objektiboak muga garrantzitsuak agertzen ditu norbanakoen eta taldeen eguneroko bizitzan duen esanahia ulertzeko orduan.

Alde batetatik, aisiaren kategoriaren baitan zein jarduera sartu eta zein ez, aisiaren kontzeptualizazioaren araberakoa da (Rojek, 2005a), aisiaren beraren definizio eta neurketa objektiboki zein subjektiboki burutu daitekeen modu berean, are gehiago jardueren azpikategoriak eratu eta betetzerako orduan. Reed eta Sandersonek galdera luzatzen dute kategorizazio lan honen inguruan: “*Aisia jarduera* bat egoera batzuetan *aisia jarduera* izan liteke, eta ez beste batzuetan? Erosketak egitera joatea beti al da aisia jarduera, ala batzuetan beste kategoria baten baitan dago?”⁷⁶ (Reed & Sanderson, 1999: 152). Zentzu berean planteatzen da *Aisiazko praktikatik aisiazko esperientziara: ezinbesteko berrikuntzak telebista-audientzien ikerketan* lanean telebista ikustearen azterketan aisia praktikatik aisiazko esperientziara jauzi egiteko beharrezana:

Pertsona edo gizarte batek telebistaren pantaila aurrean batez beste ematen dituen orduak (ordutegiek, maiztasunak, aste egun eta asteburuetako kontsumoaren banaketak) ez digu informaziorik eskaintzen pertsona horrek edo gizarte horrek

⁷⁶ “Can a *leisure activity* be a *leisure activity* in some situations and not in others? For example, is shopping always a *leisure activity* or does it sometimes belong in another category?”

jarduera horretan murgiltzeko dituen motibazioez eta aurkitzen eta eraikitzen dituen esanahi eta plazerez. Denbora zertan igarotzen duten, duten astia nola inbertitzen duten jakin dezakegu, baina ezer gutxi diosku jarduera horretan bizi diren aisiazko esperientziez. (Landabidea Urresti et al., 2012: 13)

Aisiaren praktikaren kontzeptualizazio objektibo batek “kanpoko” begirada dakar ezinbestez, ikertzailearen helburu eta bitartekoen arabera eraikitako kategoria eta parametroetan ahokatuko delarik ikerketa-objetua. Horrek giza talde, lurralde eta garaien arteko alderaketa zientifikoak egitea eta orokortzea ahalbidetzen du, eta baliabide garrantzitsua eskaintzen du Aisiazko Ikaskuntzetarako, aisiaren forma sozialak eta agerkari materialak aztertzerako orduan. Hala ere, arazoak aurkezten ditu aisiaren izaeraren alde garrantzitsu bat, honen osagai subjektiboa eta bizipena, bazter uzten baitu:

Sozialki definitutako kategoria eta aukerak ez dira ezinbestean giza norbanakoaren esperientziaren deskriptore egokiak. Behaketa partehartzailea, sakoneko elkarrizketa, bizitza-historiak, edo galdeketa narratiboak lagun lezakete (.) aisiak gizabanakoarentzat duen esangura eta helburua ulertzen, arau sozial edo kulturekin lotuta egon gabe⁷⁷ (Reed & Sanderson, 1999: 153)

Kosharrek jaso bezala, “Aisiaren historia aztertzea kontsumoaren historialariek egindako galdera berak egitea da neurri batean: zenbaterainoko agentzia egotzi behar zaie erosleei, bidaiariei, ikusleei?”⁷⁸ (Koshar, 2002: 18). Eragileei, subjektuei buruz ari garen artean, ezinbestean galdetu behar izango dugu nolakoa den eragile hauen aisiaren bizipena, berauen aisiazko esperientzia. Horretaz dihardu hurrengo atalak.

1.3.3. AISIAZKO ESPERIENTZIA (IKUSPEGI SUBJEKTIBOA).

Harluxet Hiztegi Entziklopedikoaren arabera “esperientzia” berbak hiru adiera ditu euskeraz: “1. Aritze, behatze eta erabiltzetik lortzen den ezaguera edo trebetasuna; ezaguera edo trebetasun hori dakarren gertaera edo bizitzako pasadizoa. 2. (Ipar.) Esperimentua. 3. FIL. Sentimenen bidez atzematen den guztia, giza ezagutzaren funtsa dena; fenomeno ezagunen eta ezagut daitezkeen multzoa.” (Harluxet, 2011b)

Aisiazko Ikaskuntzen Institutuak 1996an argitaratutako Aisiaren Thesaurusaren arabera planteamendu zabal batetatik aisiak “libreki aukeratutako esperientzia eta ekintzak hartzen

⁷⁷ “Socially defined categories and expectations are not necessarily good descriptors of the individual human experience. Such techniques as participant observation, in-depth interviewing, life histories and narrative inquiry may help (..) to understand the meaning and purpose of leisure to the individual without being bound by social or cultural rules.”

⁷⁸ “To study the history of leisure is in some respects to ask the same questions that historians of consumption have asked: what degree of agency should be attributed to shoppers, travelers, or spectators?”

ditu bere baitan, askatasun eremuan burutuak, erabilgarritasuna helburu nagusitzat izan gabe gogobetetasuna eskaintzen diotenak pertsonari" (Maiztegui et al., 1996: 21). Madariagak eta Cuencak ere giza esperientzia integral eta oinarritzko giza eskubide bezala definituko du: "Giza esperientzia integrala, hau da, osoa, konplexua (norabidezkoa eta dimentsio aniztuna), nahi diren jarduera autotelikoetan (berezko helburua duena) eta pertsonaletan (ondorio indibidual eta sozialduna) bildua." ⁷⁹ (Cuenca Cabeza, 2004; Madariaga Ortuzar, 2002: 152).

Aurreko atalean egin bezala, atal honen izenburuari ere ñabardura bat egin behar zaio: aisia, bizipen pertsonala den heinean (era berean gizabanakoarena eta soziala), ez da subjektibotasunetik soilik ulertzen, pertsonaren bizipena beti egongo baita testuinguru sozial baten baitan kokatuta. Hortaz, aisiazko esperientzia ezin da ikuspegi subjektibo hertsia batetik aztertu: elementu objektiboak, jarduera eta praktikari, inguru eta baldintza material eta historikoei erreparatu beharko zaie ezinbestez, elementu psikologiko eta aldagai kultural, ekonomiko, teknologiko eta abarrekoekin batera. Aisiazko esperientziak, giza esperientziak diren aldetik, ez dira subjektibotasunetik bakarrik ulertzen, beste elementu objektibo batzuk ere garrantzizkoak baitira; hala nola, lekua, denbora, iraupena, berritasuna eta garaia: "Gizasemeak ez du bere bizitza gizabanako gisa bakarrik egiten, baizik eta, modu kontzientean edo inkontzientean, parte hartzen du bere garaian eta bere garaikideekin" (Cuenca Cabeza & Aguilar Gutierrez, 2009: 43). Aisiazko esperientziak ez daude bizipen pertsonalari bakarrik lotuta, gizabanakoa bizi den inguru sozialarekin ere harremanetan daude.

Aisiaren giza esperientzia leku guztietan eta pertsona guztiengan azaltzen da: jokoetan, kirol-praktiketan, bidaietan, oporraldietan, musikaz, festaz eta abarrez betetako (edo hustutako) asteburuetan. Aisia etengabe aldatzen ari den errealitatea sozial eta pertsonala da, metamorfosi prozesu etengabea dago. Esperientzia hautatu eta desiratua den aldetik, zuzenean dago lotuta desioen munduarekin eta hauek sortzeko moduarekin: lehen existitzen ez ziren desio pertsonal eta sozialak, denbora historikoan bidea urratu eta komunitate jakin baten desiragai bihurtzen diren praktikak eta bizi-ohiturak kasu.

Lehenago ere esan bezala, aisiak, aukera bezala hartuta, (Kosher, R. 2002:3), zerbait egin, zerbaitetan jardun, zerbait bizi ahal izateko posibilitatea auresuposatzen du. Bada, aisiaren izaera subjektibo honek lehen mailako garrantzia hartzen du aukera-izaera hau dela eta. Izan ere, ekintza batean jarduterako orduan hertsadua eta kanpo-agindu falta aisiaren muin-muineko ezaugarria da, eta ez da hain modu garbian bereizi daitekeen giza jardueraren

⁷⁹ "Una experiencia humana integral, es decir, total, compleja (direccional y multidimensional), centrada en actuaciones queridas (libres, satisfactorias), autotélicas (con un fin en sí mismas) y personales (con implicaciones individuales y sociales)."

beste esparrurik (Stebbins, 2005). Aisiak astia behar du, nork bere aukerara artikulatzeko eskura dagoen denbora tarte fisiko, objektiboa. Baina hori baino zerbait gehiago da astia: denbora librea deritzogu, denbora liberatua. Astialdia diogunean, aukeraz betetako denbora esparru batez ari gara. Izan ere denbora (eta, hortaz astia) aisiazko bizipena gerta dadin behar-beharrezko konstantea bada ere, eta are gehiago, aisia azaldu ahal izateko beharrezkoa zaigun ardatza (Cuenca, 2000:20) hau ez da bere osagai bakarra.

Bizipen oro igarotzen da denboran, eta ernaldi eta garapen aldiak behar ditu. Bestetik, zerbait egin ahal izateko, zeregin batera zuzentzeko gaitasuna (pertsonala, taldekoa, gizartekoa.) ere behar da. Baina zerbait egin edo bizi ahal izateko aukerak, berez, ez dakar aisirik, hartarako borondaterik, nahirik ezean. Askatasunaz gain norabidea, ekintza bera ere beharrezkoa izango da, aisiazko esperientziarik gertatuko bada. Begibistakoa da, beraz, aisiazko esperientziaren kontzeptuak ikuspuntu subjektiboa azpimarratzen duela, eta horrela bakoitzaren asebetetzeak, esperientziak eta esanahiak, jardunaren bizipenak berak dakartzan plazerak lehen mailako garrantzia hartzen dute. Aisiazko esperientzia gertakari anitzen (objektibo zein subjektiboen) agertoki bilakatzen da, bi ezaugarri komunekin: askatasun sentipena eta berezko motibazioa (Cuenca Cabeza, 2000: 27).

Agertoki horretan gailentasuna hartzen du, noski, subjektuaren aktibotasun/pasibotasunaren aferak. Lesliek *Flâneurrak Paris eta Berlinen* lanean jasotzen duen gisa:

Pasibotasun edo agentziari buruzko galderek zuzenean eragiten diote esperientzia eta emozioaren arazoaren historiari. Pertsonak haien aisiazko denbora bizitzeko duten erak zerikusi handia du eratortzen dituzten esanahiekin, gordetzen dituzten oroitzapenekin, eta etorkizunari aurre egiten dioten aitzinamenduarekin. (Leslie, 2002: 20)⁸⁰

Esperientzia bizi duenaren zentzua, ekintza edo jarduerak harentzat hartzen duen esanahia, beraz, garrantzi handiko dimentsioa da Aisiazko Ikaskuntzentzat. Aisia zeregin atsegina, bilatua eta libreki hautatua da, eta, hortaz, aisiaren bizipena ez da inoiz erabat eta zehazki ekintzaren beraren araberakoa, ez eta subjektuaren denbora, maila ekonomiko edo formakuntzaren araberakoa ere. Aisiak beti izango du indeterminazio puntu bat, sozialki, materialki, historikoki kokatuta dagoen arren, askatasunaren eta aukeraren bizipenak berak dimentsio berezkoa irekitzen baitio norbanakoari. *Aisia mediatikoa eta esperientziaren eraldaketa Walter Benjaminengan: subjektu hartzailaren ulermen aktiboa* komunikazioan ere flâneur-aren figura ageri da protagonistatzat, zale edo *fan* eta de Certeau-ren ezkutuko

⁸⁰ "Questions of passivity or agency go directly to the problem of the history of experience and emotion. How people experience leisure time has much to do with the meanings they derive, the memories they preserve, and the anticipation with which they approach the future."

ehiztarien figurekin batera. Bertan, hedabideekin lotutako aisian hartzailleak jokatzen duen paperaren garrantzia aztertzen da hedabideen paisaia aldakorrean (Cuenca Amigo & Landabidea Urresti, 2010). Artikuluan Benjaminen *Erfahrung* eta *Erlebnis*-en terminoen arteko bereizketa, eta *Muße* eta *Müßiggang* (aisia eta nagitasuna, hurrenez hurren) kontzeptuekiko lotura berreskuratzea proposatzen da.

Hala, *Erfahrung* berba alemaniarra euskarazko eskarmentuaren zentzuan hartzen da, edo Harluxeten “Aritze, behatze eta erabiltzetik lortzen den ezaguera edo trebetasuna” bezala; jalkitako, metatutako ekoizpen eta hautematerako trebetasun eta gaitasunei zuzenduta, eta *Muße* aisia klasikoaren garapen eta ahaleginaren ideiarekin gertutasuna agertzen du. *Erlebnis*, berriz, bizipenari dagokio, eta egungo ekosistema mediatikoak eta XX. mendeko lehen hamarkadetako kazetariaren figurari lotuta ageri zaigun abiadura eta etengabeko estimulazioarekin eta *Müßiggang* berriagoarekin lotzen da gehiago, zeinak beharra eta lanarekiko kontrakotasun esplizitua agertzen duen, eta ezjarraitasuna, espontaneitatea eta sistematizazio falta dituen ezaugarri. Antzera jasotzen dute Boswijk, Thijssen eta Peelenek ere:

Esperientzia *Erfahrung*-en zentzuan etengabeko ekite eta jasate prozesu interaktiboa da, ekintza eta hausnarketarena, kausatik ondoriora, gizabanakoari esanahia eskaintzen diotenak bizitzaren testuinguru ugaritan. Esperientziak *Erfahrung* bezala norbanakoari bere buruari edo bere inguruko munduari buruzko ikuspegia aldarazten dio. Esperientzia *Erlebnis* bezala berehalako, erlatiboki isolatutako emozioen multzo batekiko suertatze bat da, zeinek zirrara eragiten duen eta nolabaiteko balioa duen norbanakoarentzat egoera zehatzaren testuinguruaren baitan.⁸¹ (A. Boswijk, Thijssen, & Peelen, 2007: 28)

Kaplanek aisiaren definizio eta neurketa objektibo eta subjektiboa identifikatu zituen XX. mendeko hirurogeiko hamarkadan; laurogeita hamargarrekoan, aldiz, Leek paradigma aldaketa aldarrikatu zuen ikuspegi objektibotik subjektibora bere doktorego tesian. Aisiazko esperientziaren ikaskuntzan aitzindaria gertatu den *Aisiazko Esperientziaren Izaera Konplexu eta Dinamikoa* artikulua argitaratu zuen John Dattilo eta Dennis Howardekin batera handik gutxira (Lee et al., 1994).

Ordurako “aisiazko esperientzia” turismoaren, kontsumitzaileen jokabidearen, olgeta terapeutikoaren, emakumezkoen arazoen, programazioaren, aisiaren hezkuntzaren eta

⁸¹ Experience in the sense of *Erfahrung* is a continuous interactive process of doing and undergoing, of action and reflection, from cause to consequence, that provides meaning to the individual in several contexts of his life. Experience as *Erfahrung* causes the individual to change the perspective on self and/or the world around him. An experience in the sense of *Erlebnis* is an immediate, relatively isolated occurrence with a complex of emotions that make an impression and represent a certain value for the individual within the context of the specific situation.

haize zabaleko olgetaren esparruetan erabilita zegoen (Lee et al., 1994: 196). Ideia bera ageri zen horietan guztietan: bezero edo subjektuaren zentraltasuna, eta aisiaren profesionalei deia, hauen aisiazko esperientziak erraztu eta sustatzeko.

Sektore ekonomikoan ere giza esperientzian oinarritutako paradigma aldaketa aldarrikatu zuten Joseph Pine eta James H. Gilmorek (Pine & Gilmore, 1999). Esperientziaren ekonomia lanean aro ekonomiko berri bat iragartzen da, arrakastarik lortuko badute merkatuak eta enpresek bezeroei gertakari gogoangarriak prestatu eta eskaini beharko dizkietena, esperientzia harturik ondasun eta zerbitzuen balio erantsiaren ardatz nagusi:

Etorkizunagatik lehian dagoen enpresa oro dago bezeroarengan zentratuta, bezeroak gidatua, bezeroa-hau-eta-beste. Beraz, zer berri? Hau da berria: esperientziek, izan bazen baina orain arte artikulatu gabe zegoen ekoizpen ekonomiko mota bat adierazten dute. Enpresek sortzen dutena zenbatzerako orduan esperientziak zerbitzuengandik bereizteak aparteko zabalkuntza ekonomikorako aukera zabaltzen du -zerbitzuak eskaintza bereizi eta legitimo bezala aitortu izanak gainbeheran zegoen oinarri industrial baten aurrean fundatze ekonomiko bizi batera eraman zuen bezala. Eta oinarri berri bat azaleratzen ari da.⁸² (Pine & Gilmore, 1999: ix).

Jeremy Rifkinen ustez ere, paradigma aldaketa geldiezin da, eta egungo langabeziaren datuen eta beharraren krisi orokorraren aurrean aukera bakarra dago: metatze materialaren ordeztasunaren bizipenaren balioa hartzea (Rifkin, 2004). Aisiaren industria ideia honetaz jabetu dela dirudi, aisiazko esperientzien merkaturaren errealitate bihurtu baitzaigu, pertsonen auto-errealizaziorako esparruak bilatu ditzaten (Cuenca, 2000: 368). Aisiazko esperientziaren eta esperientziatzeko aisiaren ikaskuntza berria den arren, jada bada lehen eta bigarren belaunaldiko esperientziak bereizten dituenik. Lehen belaunaldiko aisiazko esperientziak aurrefabrikatutako eta esperientziaren ekonomian kokatutako produktuak badira (Pine & Gilmore, 1999), bigarren belaunaldiko esperientziek pertsona dute erreferentzia, norbanakoaren balio kultural eta sozialak.

Lehen belaunaldiko esperientzien diseinuak bost printzipio gidari dituela proposatzen dute Boswijk, Thijssen eta Peelen-ek: Gaia, Armonia, Seinale negatiboen ezabapena, Memorabilia eta Bost zentzumenean engaiamendua. Seigarren printzipio gidari bat ere gehitu geniezaioke: Naturaltasuna, edo osotasuna: "Kontzeptu osoak zirrara natural eta benetako

⁸² "Every business competing for the future is customer-centric, customer-driven, customer-focused, customer-yadda-yadda-yadda. So what's new? This is new: Experiences represent an existing but previously unarticulated genre of economic output. Decoupling experiences from services in accounting for what businesses create opens up possibilities for extraordinary economic expansion –just as recognizing services as a distinct and legitimate offering led to a vibrant economic foundation in the face of a declining industrial base. And a new base is emerging."

bat eragin behar du. (.) Benetan balio duena osotasunaren inguruan dugun sentipena da.” (A. Boswijk, Thijssen, & Peelen, 2006: 156-157)⁸³.

Bigarren belaunaldiko esperientzien printzipio gidaria berriz sormen partekatua edo ko-sormena da:

Esperientzia esanguratsuaren garapen eta burutzearen fase guztietan, bezeroaren ekarpena aitzinean dago. Sormen partekatuaren ideia ez da esperientziaren inguruaren azken sorreran ez ezik, haren jaiotzan eta garapenean ere nabarmendu behar da. Dagoeneko bertan behera utzi dugu hornitzaileak bezeroak nahi duena erabakitzen duelako ideia. Nahi dutena adierazi ezin duten eta berrikuntzak (aurrerakuntzak) garatzeko orduan balio mugatua duten bezeroen ideia baztertuta dago.⁸⁴ (A. Boswijk et al., 2007: 158)

Tradizioz, eta aisiaren ikuspegi objektiboan aipatu bezala, aisiazko ekintzak jarduera edo praktika bailiran ulertu izan dira, baina bi kontzeptuak, esperientzia eta jarduera, bereizi beharra dago. Jarduera aritzeko gaitasunarekin lotuta dago, eta ekite, operazio edo ataza bezala definitu daiteke. Jarduera hori norbanakoak, talde batek edo erakunde batek burutu lezake, eta ez du, bere horretan esperientziarik bermatzen, esperientziaren aukera zabaltzen duen arren. (Cuenca Cabeza, 2010). Giza jarduerak gizakiaren (subjektua) eta errealitatearen arteko harremana ahalbidetzen duela ulertu izan du Vygotsky psikologoak, errealitate honen transformazioari bide emanez, semiotikatik asko duen esanahia eraikitzeko harreman batean (Daniels, 1996: 201). Edozein giza jardueratan subjektuak era integralean jarduten du. Jarduera psikikoa (barnekoa) eta praktika (kanpoko) jardueraren alde ezberdinak baino ez dira, banaezinak gizakiaren baitan, esanahiaren eta esperientziaren sorkuntzari dagokionez.

Cuenca irakaslearen arabera, “Gure bizitza esperientzia ezberdinez osatzen da, baina esperientzia bakoitza jarduera ezberdinez osatuta dago”⁸⁵ eta aisiazko esperientzia guztiek zenbait ezaugarri komun agertzen dituzte, zazpi puntutan laburbildu daitezkeenak (Cuenca Cabeza, 2010):

1. Erreferentzia markoa eragilea berbera da, pertsona. Esperientzia beti gauzatuko da subjektu jakin batengan. Hortaz, aisiazko esperientzia beti parametro sozial batzuetan

⁸³ "The whole concept must make a natural and authentic impression. (..) what really counts is obviously the feeling we have about the whole."

⁸⁴ "In all phases in the development and realisation the meaningful-experience concept, the customer's contribution is leading. The idea of co-creation not only needs to be evident within the experience setting ultimately created, but also during its conception and development. We've already abandoned the idea that it's the supplier who decides what the customer wants. The conviction that customers are unable to indicate what they want and are therefore of limited value in developing (breakthrough) innovations has been rejected."

⁸⁵ "Nuestra vida está marcada por las experiencias, pero cada experiencia se compone de múltiples actividades."

- kokatuko den arren (non besteez zeresana duten), norberaren, nitasunaren garrantzia beharrezkin lotutako esperientzietan baino handiagoa izango da.
2. Emozioak du nagusitasuna. Aisiazko esperientzia jarduera atsegingarrian oinarritzen da, ez arrazoizkoan. Aisiazko esperientziak emozioen agerpen atsegingarria ahalbidetzen du, eta emozio eta sentipenak egoeren interpretaziotik jaioko direnez beti, aisiazko esperientzia zuzenean lotuta agertuko da emozio, prozesu kognitibo eta aurretiazko prestakuntzarekin.
 3. Ez du betebeharrak justifikatzen, asebetetzeak baino. Beharrenden eta errutinaren munduak ez bezala, aisiazko esperientzia gogobetetzeak justifikatzen du, praktikatzendend jarduera delakoa dela ere. Aurrikuspenak, zentzu horretan, oso garrantzitsuak izango dira asetzeko moduko esperientzia lortzeko orduan.
 4. Balio eta bizitza moduetan integratzen da. Aisia ez da subjektuaren bizitzatik at kokatzen den erreinu aparteko bat; pertsonen bizitzan, testuinguruan eta baloreetan integratuta dago. Hartara, aisiazko esperientziek pertsonaren bizitzaren osotasunean parte hartzen dute, eta ez dira “lan-egunen” eta “asteburuen” artean banatzen, eta berauen bizipena eta balorazioa ere subjektuaren testuinguru biografikoan kokatuko da.
 5. Intentsitate maila ezberdinetan bizi da. Aisiazko esperientzia guztiak ez dira berdinak, bizipenaren onarpen hutsetik (gustatzen zait, gustuko dut) bizipen ahaztezina dakarren murgiltze katartikoraino doaz. Intentsitatea berritasuna, testuinguru soziokulturala, ezagutza bala eta beste hainbat aldagai subjektibo eta objektiboren arabera da.
 6. Prozesu izaera du. Aisiazko esperientziak gure bizitzaren parte dira, eta gure iraganaren, orainaren eta geroaren arteko elkarrizketa batean parte hartzen dute. Esperientzia orainean gertatzen da, baina iragana eta etorkizuna modu esanguratsuan txertatzen diren heinean aberasten da. Zentzu horretan ezberdindu zuten baita Tinsley eta Tinsleyk esperientziaren aurrekariak, atributuak eta ondorioak artean (Tinsley & Tinsley, 1986).
 7. Gaitasuna eskatzen du. Aisia bizipen espontaneoak izan dadin, aisia humanistak gaitzea eskatzen du. Pertsonaren jarrera, interesak eta gozatzeko gaitasuna estu-estuan lotuta daude bere formakuntzarekin. Estatistikek argi agertzen dute prestakuntza maila eta kontsumo kulturalaren arteko lotura estua, adibidez.

Hortaz, esperientziak errealitatean parte hartzea dakar ezinbestez, aritu, behatze eta erabiltzetik abiatutakoa eta zentzumen eta sentimenduen bidez atzemandakoa. Esperientziak errealitatea atzematea dakar, ezaguera edo trebetasun bihurtuz, bizitzako gertaera edo pasadizo bati bide emanez.

Errealitate hau subjektuarengandik kanpo emandako, pertsonaren baitakoa ez den gertaera bati badagokio ere, subjektuari eragiten dio; eraldatu egiten du bere ezaguera, bere mundua ulertzeko era. Eraldaketa hori zentzumen, sentimen, ezagutza, kontzeptu eta ideiak halabehartzen dituen bizipen pertsonal eta zuzenari zor zaio. Esperientzia beti da norbaiten esperientzia, baina norbait hori beti da irazkorra, aldaketari irekia, esperientziak berau biziko duen subjektuan arrastorik utziko badu.

1.3.4. AISIARAKO ESKUBIDEA (IKUSPEGI POLITIKO ETA NORMATIBOA).

Giza Eskubideen Adierazpenak, 1948. urtetik onartzen du (24. Artikuluan) pertsona orok duela atsedenerako, tarte librearen gozamenerako, lan denboraren mugatze zentzuzkorako eta ordaindutako noizbehinkako oporraldirako eskubidea. Cuencak jasotzen duen gisa:

Hasiera batean, aisiarako eskubidea lanarekiko atsedenerako, oporraldi ordaindurako. eskubidearen gisa agertu zen. Baina, Giza Eskubideen Hirugarren Belaunaldiarekin, aisiarako eskubideaz hitz egingo zen, gizarte-garapenerako oinarritzko elementua baita, eta herritarrek kulturarako, kirolerako, turismorako eta halakoetarako duten eskubidea aitortu zen. Aisiarako eskubidea betetzeak oso zentzu berezia du ezgaitasuna duten pertsonengan pentsatzen denean. Horiek arian-arian eskatu dituzte euren herritar-eskubideak; eta horien artean, azken urteotan, aisiarako eskubidea sartu da hainbat modutan. Beraz, baieztatu dezakegu, printzipio-mailan behintzat, eskubide artikulatua dela. (Cuenca Cabeza, 2011: 10)

Atal honetan zehar agerian jarri bezala behin betiko definizio itxi eta unibertsalik ez badago ere, abiapuntu komun bezala WLRA (World Leisure & Recreation Association) elkarteak⁸⁶ 1994. urtean argitaratu zuen Aisiaren Hezkuntzaren Gutuna (hemendik aurrera, AHG) hartu daiteke abiapuntu komuntzat. Bertan aisiaren kontzeptuaren osagarri nagusiak zortzi artikulua edo puntutan zehaztu ziren. Ondorenean artikulua hauen muina ekarriko dugu gogora, aisiaren esanahia zehazteko asmoz.

AHGaren arabera aukera askatasuna, sormena, poztasuna, gozamena, plazera eta zoriontasuna lagun ditzakeen berezko onuradun giza esperientziaren alor espezifikoak da aisia. Aisiak, hortaz, onura espezifikoak dakartzkio norbanakoari, "osasuna eta ongizatea sustatuz eta gizabanakoen behar, interes eta lehentasunen neurria egokitutako jarduerak eta

⁸⁶ Egun World Leisure Organization edo WLO bezala ezagun da 1952an sortutako elkarte hau (zein hasiera batean International Recreation Association bezala eratu zen), eta bere burua aisia giza hazkunde, garapen eta ongizaterako indar gisa jarduteko balditzak aurkitu eta bultzatzeko gobernu kanpoko gizabanako eta erakunde elkarte gisa definitzen du.

esperientzien aukera eskainiz” (Cuenca Cabeza, 2012). Aisia, hortara, bizi-kalitatea handitzeko baliabide gisa ulertzen da. Zentzu horretan, norbere aisiaren balditzak zehazteko erabakietan parte hartzen duenean erdiesten du gizabanakoak aisiaren potentzial gorena.

Era berean, ongizate hau lortzeko norbanako edo taldeek haien jomuga eta nahiak identifikatu eta erdietsi beharko dituzte, beharrianak asetu eta inguruarekin modu positiboan eragite aldera. Giza esperientziaren arlo espezifiko bezala, norbanakoaren askatasunaren artikulatzea dakarrenez, adierazpide eta jarduera modu ezberdinak ahalbidetzen ditu eta osagai askotarikoak har ditzake ezinbestez, direla fisikoak, intelektualak, artistikoak zein espiritualak. Gainera, giza esperientzia ez ezik, aisia garapen pertsonal, sozial eta ekonomikoa ere bultzatzen indar eta baliabide garrantzitsua da, WLRAWLO erakundearen misioan bertan azpimarratzen den gisa. Zentzu horretan, aisiari bizi-kalitate pertsonalaren adierazgarri eta laguntzaile izaeraz gain, industria izaera ere aitortzen zaio, zeina enplegu sortzaile eta zerbitzu iturri izan daitekeen. Gainera, asegabetasuna, estresa, asperra, ekintza fisiko falta, sormen gabezia eta pertsonen eguneroko alienazioa arintzen lagun dezake aisiak.

Aisia gizabanakoaren esperientzia arlo eta gizartearen garapenerako eragile bezala ulerturik, eta aurreko onurak kontuan hartuta, oinarrizko eskubidetzat jotzen du Gutunak⁸⁷, “hezkuntza, lana eta osasuna bezala”, eta eskubide hau inori ukatu ezin zaiola gaineratzen du, genero, sexu-orientazio, arraza, erlijio, sinesmen, osasun, ezgautasun edo balditza ekonomikoak direnak direla. Bestalde, politika, gizarte, kultura eta ingurumen mailako faktoreek aisiaren agerpena eta garapena erraztu edo zaildu egin dezaketen neurrian, beronen garapena oinarrizko bizi-balditzak bermatzerakoan errazten dela gaineratzen da. Berme hauek segurtasuna, aterpea, jana, diru-sarrerak, hezkuntza, baliabide jasangarriak, berdintasuna eta gizarte justizian oinarritutakoak dira.

Azkenik, mundu mailan gizarteak bizi dituen aldaketa sozial, ekonomiko eta teknologiko sakonak direla eta, gizanabako eta talde ezberdinen eskura dagoen astiaren kantitatean banaketan eraldaketa handiak gertatzen ari dira. Eraldaketok eragin zuzena dute aisiazko jarduera ezberdinetan, aldi berean zerbitzu eta ondasuen eskari eta eskaintzarengan eragiterakoan. Aisiaren garrantzia, hortaz, txikiagotzetik urrun, handitzera doala dirudi, eta beronen ikerketak, dela giza esperientzia gisa, dela gizarte fenomeno gisa, eta dela oinarrizko eskubide gisa, berebiziko garrantzia du eta izaten jarraituko du.

⁸⁷ Ikus, baita Giza Eskubideen Aldarrikapen Unibertsalaren 27. Atala: “Pertsona orok du eskubidea elkarteko kultur ekitaldietan aske parte hartzeko, artelanez gozatzeko, eta zientzi aurrerakuntzan eta horri darizkion irabazietan parte hartzeko. 2. Zientzia, literatura edo arte mailan egindako lanen egile diren pertsona guztiek dute horregatik eskubidea dagozkien interesak eta materialak babes dakizkien eskubidea.”

Aisiaren Hezkuntzaren Gutunaren ondorengo gisa hartu daiteke 2000. urtean WLOko Administrazio Kontseiluak onartutako Aisiaren Gutuna⁸⁸ (edo AG). Bertan, aurreko gutunean bezala, 8 puntu zehazten dira, mundu osoko gobernu ezberdinei zuzendutako gomendio gisa:

1. Pertsona orok du bere herrikideen arau eta gizarte balioekin harmonian dauden aisiazko ekintzetan jarduteko oinarritzko giza eskubidea. Gobernu guztiak daude behartuta haien hiritarren eskubide hau aitortu eta babestera.
2. Aisiarako baliabideak bizi-kalitaterako osasun eta hezkuntzarakoak bezain garrantzitsuak dira. Gobernuek herritarrei aisiarako eta olgetarako sarbide aukera askotarikoak eta kalitate altuenekoak bermatu behar lizkiekete.
3. Norbanakoa da bere aisia eta olgetarako baliabiderik onena. Hala ere, gobernuek aisiazko esperientziak optimizatzeko beharrezkoak diren trebezia eta ulerkerak eskuratzeko baliabideak ziurtatu behar lizkiekete.
4. Gizanabakoek aisiazko aukerak auto-errealizaziorako, harreman pertsonalak garatzeko, gizarte integrazioa hobetzeko, komunitateak eta nortasun kulturalak garatzeko eta nazioarteko elkarrulertzea eta elkarlana bultzatzeko erabil ditzakete, horrela bizi-kalitatea hobetuz.
5. Gobernuek aisiazko esperientzien etorkizuneko eskuragarritasuna ziurtatu behar lukete herrialdeko inguru fisiko, sozial eta kulturalaren kalitatea mantenduz.
6. Gobernuek norbanakoak trebetasun pertsonalak eskuratzen, talentuak aurkitu eta garatzen eta aisiazko eta olgetazko aukerak zabaltzen lagunduko dituzten profesionalak prestatu beharko lituzkete.
7. Herritarrek sarbidea izan behar dute aisiari buruzko informaziora aisiaren izaeraren eta honen aukeren inguruan, berau haien ezagutza zabaltzeko eta tokian tokiko eta maila nazionalerako erabakien berri izateko.
8. Hezkuntza erakundeek ahalegin guztia egin behar dute aisiaren izaera eta garrantzia eta norberaren bizi-estiloan nola integratu irakatsiz.

⁸⁸ Aisiaren Gutunaren lehen bertsioa IRA International Recreation Association elkarteak idatzi zuen 1970ean, eta WLRA elkarte bezala berrikusi zen 1979. Azken idazketa WLO bezala onartu zen 2000.ko uztailean.

1.4. AISIA HUMANISTA

Aisiaren ikuspegi hirukoitza landu dugu orain artean, aisiaren praktika, aisiazko esperientzia eta aisiarako eskubidea aztertuz hurrenez hurren. Hala ere, agerikoa da baita ere aisiaren fenomenoarekiko hurbilketa partzial eta ikuspegi bakarrek arazoak sortzen dituztela: aisiaren errealitatea ez da inoiz maila objektiboan agortzen, aisiaren bizipen subjektiboa beti kokatzen da koordinatu material eta historikoetan. Aisiarako eskubideak bi ikuspegiak hartzen ditu barne, aisiarako sarbiderako beharrezkoak diren osagai objektiboei eta gizabanakoen esperientziaren balioari berari eginez erreferentzia⁸⁹. San Salvador del Valle ere perspektiba integral hau azpimarratzen du definizio malgu eta berriztagarri baten alde egiten duen saioan: ”. aisia azaleratzen ari den gizartean esperientzia pertsonal eta gertakari sozial bezala definitu dezakegu, zeinak izaera autoteliko eta exotelikodun dimentsio sail batetan parte hartzen duen, barneratze prozesuen garapena ahalbidetuz edo eragotziz, agertzen den denbora eta espazioen markoan⁹⁰.(San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2000: 58)

Deustuko Unibertsitateko Aisiazko Ikaskuntzen Institutuak Aisia humanistaren aldeko proposamena egiten du, aisiaren errealitate hirukoitz honetan oin hartuta. Ondoren, eredu honen ezaugarri nagusiak laburbilduko ditugu, aisiaren koordinatu, aisiaren dimentsio eta aisiaren tipologietan geldialdi bana eginez. Ibilbide labur honetarako abiapuntu naturala eskaintzen du Aisiazko Ikaskuntzen Institutuko *Aisia Humanistaren aldeko adierazpenak* (Aisiazko Ikaskuntzen Institutua, 2011):

Aisia berezko balioa duen esperientzia dugula onartzen dugu, baina balio zabal eta haraindikoagoen menpe dagoen balioa ere bada. Aisia esperientzial eta humanista baten bizipenaren funtsezko balioa pertsonaren duintasuna da, eta horretatik sortzen dira gainerako balioak. Horrek esan nahi du aisiako esperientziek garapenera edo inhibiziora garamatzatela, batzuetan kontzienteki ez bada ere. Aisia positiboak balio pertsonalak eta komunitarioak bultzatzen ditu bere izatetik harantzago; baina balio horietatik gehienak praktikatzeko den aisia motarekin daude lotuta. Aisia, berezko balioa duen esperientzia den aldetik, beste bizipen batzuetatik bereizten da garapen pertsonala sortaraziko duten topaketa sortzaileak sortzeko zentzuagatik eta ahalmenagatik. Aisiako esperientzien balioa zuzenean dago lotuta gure beharrianekin. Maslow-k eta bere lankideek proposatutako giza beharrianen

⁸⁹ Ikus aurreko atalak: Aisiaren praktika (ikuspegi objektiboa), Aisiazko esperientzia (ikuspegi subjektiboa) eta Aisiarako eskubidea.

⁹⁰ Con tal fin, podemos definir el ocio, en el marco de la sociedad emergente, como una experiencia personal y un fenómeno social, que participa una serie de dimensiones de carácter autotélico y exotélico, posibilitando o impidiendo el desarrollo de procesos de interiorización y actividad, en el marco de los tiempos y espacios en los que se manifiesta.

kategorizazioa kontuan hartuta, esan daiteke ibilbide luzea dagoela aisiako praktiketan; aisia kaltegarritik aisia solidarioa, heldutasun eta garapen pertsonaleko maila bat lortu duen pertsonaren xedera. Aisia solidarioak beste batzuei lagunduz aurkitzen du gogobetetasunerako arrazoiak, eta aisia aktibo, esanguratsu eta sortzaileko gaitasunak gehitzea dakar: gozatzeko gaitasuna, inplikatzeko jakitea, parte hartzea, era sortzailean adieraztea, eta abar. Aisiako esperientzien hierarkiak berehalako aplikazioa dauka maila pertsonalean, baina gizarte jokabiderako jarraibideak ere eskaintzen ditu. Aisia solidarioko esperientziek besteen bizitzarekin lotzen gaituzte, eta ulermen eta ezagutza aukerak zabaltzen dizkigute: zenbat eta gehiago jakin, orduan eta ulertzeko eta gogobetetzeko ahalmen handiagoa izango dugu. Ikuspegi komunitariorik, aisia duinean aritzea ezin da pertsonaren, herritartasunaren eta elkarbizitzaren oinarritzko balioetatik aparte egon; hortaz, aisia bidezko, etiko eta inklusiboaz ari gara hitz egiten. Gizarte modernoak aukera gehiago ematen ditu aisiaz gozatzeko, aurreko edozein garai edo zibilizaziok baino. DUko Aisiazko Ikaskuntzek, puntu horietatik, giza garapeneko esperientzia bat aisiako esperientzia zerk egiten duen aztertzen du.

Adierazpenaren edukia aztertuta, Aisia Humanistaren balioak 2. Taulan ageri den gisara laburbildu ditzakegu:

2. TAULA: AISIA HUMANISTAREN BALIOAK

	Ardatzak	Ezaugarriak
Balio pertsonalak	Bizipena, askatasuna, doakotasuna, duintasuna, ulermena, esangura.	Etikoa, erantzulea, kritikoa, sortzailea solidarioa
Balio sozialak	Elkartasuna, elkarkidetza, errespetua, iraunkortasuna, inklusioa, aukera berdintasuna, partehartze aktiboa.	lheskortasuna, neurrigabekeria, xahutze, erosotasun eta egoismoarekiko kritikoa

Iturria: Aisia Humanistaren aldeko adierazpena. Norberak moldatua.

Aisiazko Ikaskuntzen Institutuan aisia aldi berean gertakari sozial, pertsonaren esperientzia integral eta oinarritzko giza eskubide bezala ulertzen da (Landabidea Urresti, 2009c), eta “doakoa, funtsezkoa eta giza izaeraren aberasgarria den esperientzia da”, (Cuenca Cabeza, 2000: 15). Bizipena den neurrian, aisia giza esperientzia integrala da: osoa, konplexua, burutu nahi diren jardueretara zuzendua (berariazko helburua duena) eta ekintza

pertsonalen inguruan bildua (Cuenca Cabeza, 2004), askatasuna, doakotasuna eta gogobetetzea dituelarik ezaugarri. Aisia Humanistaz ari garenean, honako osagai hauek gehitu behar dizkiogu gainera: ahalegina eta prestakuntza eskatzen duen gairak edo hobetzea, eta pertsona ororen aisiarako eskubidearen defentsa.

1.4.1. AISIAREN KOORDENATUAK

Aisiaren koordinatuak beronen gauzatzearen esparru ezberdinak dira; aisiaren ezagutza, ikaspena eta sailkapena orientatu eta errazten dituztenak. Lau dira Cuenca irakaslearen esanetan aisiaren koordinatuak: Aisia Autotelikoa, Aisia Exotelikoa, Aisia Absentea eta Aisia Kaltegarria, eta ".guztiek dute euren ekintza-arloa eta aisiazko bizipen desberdina" (Cuenca Cabeza, 2011: 34).

Aisia Autotelikoa benetako aisiatzat edo Aisia humanistaren ipar bailitzan hartzen da, eta aisiazko esperientziari dagokio, "era gogobetegarri, libre eta berezkoan, inolako xederik gabe, burutzen baita" (2011: 34). Ikuspuntu ekonomikotik, aisia desinteresatua da, nori bere gogobetetzea eta bizi-kalitatea dakartzkiona. Koordinatu honek hiru ardatz nagusi ditu: aukera askatasunaren hautematea (edo pertzepzioa), autotelismoa (edo berezkitasuna) eta sentipen atsegingarria⁹¹. (Cuenca Cabeza, 1995: 59). Aisia Autotelikoari laburpen modura osatu dugun taulan **A** zeinua eman diogu.

Aisia Exotelikoa egiteaz bere buruaz kanpoko beste helburu bat lortzeko burutzen den aisia da. Aisiazko jarduera ezberdinek lanerako, negozioetarako, gizarte-harremanetarako, osasunari eusteko eta beste mila helburu erdiesteko modua eskaintzen dute. Helburua aisiazko jarduera baino garrantzizkoagoa denean aisia exotelikoko esperientziez ari gara. Taulan **E** zeinua eman diogu.

Aisia Kaltegarria deritzogu aisia-esperientziek gizartearentzat ondorio mingarriak badituzte - benetakoak edo halakotzat hartuak- bai banaka zein taldeka. (Cuenca Cabeza, 2011: 34). Autosuntsipenerako joera agertzen du, dela adikzio edo gehiegikeriekin lotuta dagoelako, dela gizarteak galarazotako jardueretan oinarritzen delako. Aisiapatia deritze jarduera hauei San Salvador del Valle: "Aisiapatiak dela aisiazko praktika gehiegizkoen garapenagatik edo aisia absentearen esperientzien eragin zitalagatik, aisia kaltegarria agertzen diren esparruak dira. Norberaren aurkako denbora batez hitzegin genezake, aisiak bere zentzurik erregresibo eta autosuntsikorrena agertzen duena definitzeko." (San Salvador del Valle Doistua,

⁹¹ "...una experiencia vital, un ámbito de desarrollo humano, (...) aquella acción interna o externa que, partiendo de una determinada actitud ante el objeto de la acción, descansa en tres pilares esenciales: percepción de elección libre, autotelismo y sensación gratificante."

Roberto, 2000: 75). Neurri batean Aisia exotelikoaren aurkako zeinua hartzen duenez norbanakoaren helburuen kontra egiterakoan, **E** sinboloa eman diogu ondoko taulan.

Aisia Absentea, finean, aisiarik eza da; alferrik emandako denbora, aldi hutsa, asperraldia. Aisia absentea subjektuaren beraren ikuspuntutik negatiboa, desatsegina da, eta sarri astialdiaren aurrean zer egin ez jakitearen beldurraren forma hartzen du. Erretiroa hartzeak izutzen duen behargina, langabeziak aurrez-aurre jarritako astia zertan eman ez dakien gaztea edo oporraldiak nola bete asmatzen ez duen profesional lanpetuarena ez dira adibide isolatuak gure gizartean. Susan Ertzek *Haserrea Zeruan* eleberrian jaso bezala “Milioiak dira hilezkortasuna irrikatzen dutenak, eta ez dakitenak euren buruarekin zer egin igande arratsalde euritsu batetan” (Ertz, 1943: 134). Taulan **A** sinboloa lotu diogu, Aisia Autotelikoaren kontrako zeinua agertzen duelako.

3. TAULA: AISIAREN KOORDENATUAK

Koordenatua	Zeinua	Ezaugarri nagusiak
Aisia Exotelikoa	(E)	Aisia bitarteko bezala, aisia hezgarria, aisia terapeutikoa, interesatua, mesedegarria, onuragarria, baliagarria, zerbaiterako bide edo bitarteko denean
Aisia Autotelikoa	(A)	Aisia Humanistaren iparra. Askea, asebetegarria, helburua bere baitan duena, aisia ez erabilkorra.
Aisia Kaltegarria	(E)	Aisia positibo baten oinarrizko baldintzen aurkakoa da. Kalte pertsonal edo soziala dakartza. Autosuntsikorra. Historian zehar aldakorra.
Aisia Absentea	(A)	Aisiazko esperientziarik eza. Beharrari adikzioa, hutsunea asperdura...

Iturria: Aisiaren Pedagogia. (Cuenca Cabeza, 2011). Norberak moldatua.

Esan beharrik ere ez dago lau koordenatuak aisiaren fenomenoaren agerpenak aztertzeko erabilgarriak diren tipo ideialak baino ez direla. Pertsonen eguneroko errealitatean gutxitan ematen dira bere horretan, bata bestearengandik argi bereizita. Giza esperientzia eta fenomeno sozial konplexua den heinean, aisiazko esperientziek koordinatu ezberdinen uztarketa eta konbinazioak agertu ohi dituzte. Ñabardura hauei hobeto erreparatzeko aisiaren dimentsioak aztertuko ditugu ondoren.

1.4.2. AISIAREN DIMENTSIOAK

Aisiaren dimentsioak aisiaren koordinatuak zehazten lagun diezaguketen aisiaren gauzapean dira (Cuenca Cabeza, 2000; Cuenca Cabeza, 2006c). San Salvadorrek dimentsioen eta osotasunaren arteko harremana azpimarratu zuen bere definizioan: “Dimentsio gisa gertakari bat definitzeko balio duen multzoaren magnitude bakoitza ulertuko dugu. Hortaz, dimentsio bakoitza konfiguratzeko duen fenomenoaren alderdi bat da.” (San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2000: 58)⁹². Cuenca irakaslearen arabera ez dira esparru edo partzela baztertzaila bezala ulertu behar, baizik eta alderantziz:

Batzuek eta besteek aisia aurkeztu zaigun errealitate global eta konplexua aztertu, ulertu eta planifikatzea ahalbidetzen digute. Batzuetan haietariko bat beste bat baino nabarmenagoa izango da, baina zaila izango da denak forma batean edo bestean agertzen ez diren komunitaterik aurkitzea. Aisiaren dimentsioen ezagutzak eta etorkizunak giza garapena bezala ulertutako aisiaren diagnostikoa eta plangintza argitzen ditu.” (Cuenca Cabeza, 1999b: 23)⁹³

Aisia autotelikoak bost dimentsio nagusi ditu: ludikoa, sormenerakoa, festarakoa, ekologia-eta ingurumen-dimentsioa eta solidarioa. Aisia autotelikoaren agerkari berezko eta espezifikoak dira, ezaugarri bereziak agertzen dituztenak, bai ikuspegi objektibo batetatik eta baita hauen bizipenean ere.

Dimentsio ludikoak jolasa eta jolasa ulertzeko moduak hartzen ditu barne. Aisia oro ez da jolasa, eta jolas orok ez du zertan aisia izan (ikus bestela kirolari profesionalak, edo telebista bidez igorritako lehiaketan produkzioan edo kasinoetan lan egiten duten beharginak), baina aisiak jolasaren funtzioak hartzen dituenean, aisiaren dimentsio ludikoarekin aurkitzen gara. Nolabait esateko, jolasa hainbat gauza erdiesteko bitartekoa izan daiteke, baina aisiaren dimentsio ludikoaren kasuan helburu bilakatzen da.

Schillerrek jaso bezala, “gizakiak hitzaren zentzu osoan gizaki denean soilik jolasten du, eta gizaki osoa jolasten duenean da soilik” (Cuenca Cabeza, 2012). Jolasaren, eta dimentsio ludikoaren ezaugarri dira askatasuna eta asetzia, fikziozko errealitatea, ziurtasunik eza, antzutasuna, araututa egotea, partehartzea eta jolasa ez denaren munduarekiko nolabaiteko harremana. Jolasean, “benetako jolasean ohiko bizitzan ez bezalako modu batean

⁹² “Entendemos por dimensión, cada una de las magnitudes de un conjunto que sirven para definir un fenómeno. Por lo tanto, cada dimensión es un aspecto del fenómeno que configura.”

⁹³ “No son ámbitos ni parcelas excluyentes, sino todo lo contrario. Unas y otras contribuyen a analizar, comprender y planificar la realidad global y compleja en la que se presenta el ocio. Hay veces que una de ellas está más patente que otras, pero difícilmente encontramos comunidades en las que no aparezcan todas de una forma u otra. El conocimiento y proyección de estas dimensiones del ocio ilumina el diagnóstico y la planificación de un ocio entendido como desarrollo humano.”

hurreratzen gara mundura. Bertan errealtatetik ezberdina den esangura bat egozten zaio munduari.” Kriekemans-en hitzetan (Cuenca Cabeza, 2012). Roger Caillois frantziar intelektualaren tipologiaren arabera jolasean balio eta planteamentu ezberdinak ager daitezke, hala nola, *Agon* edo lehiakortasuna, *Mimicry* edo alegiatasuna, *Ilinx* edo zorabioa eta *Alea* edo ausazkotasuna.

Sormen-dimentsioak sormenarekin erlazionatutako esperientzietara garamatza, eta modu berezian lotuta dago kultura klasikoaren aisiaren kontzeptuarekin⁹⁴. Aisia hezigarri, hausnartzaile, kultural, sortzailearekin eta norbere hazkundearekin du harremana (Amigo Fernández de Arroyabe, Maria Luisa, 2000: 52). Irekiera eta topagune izaera ditu, eta norberaren garapena, ikaskuntza eta heziketa nabarmentzen dira bere baitan. Sormen-dimentsioak sormenarekiko eta konplexutasunarekiko harremana dakar: mundua ikusi, pentsatu eta jarduten dugun modua modu espontaneoan aldatzeko, gure burua berkokatzeko gaitasuna. Aisiaren sormen-dimentsioa sortzearen eta birsortzearen bidez ematen da.

Sortzea zerbait berria ekoiztu edo adierazteko ahalmen bezala ulertu daiteke, eta ez da jeinu handien edo aparteko gizabanakoen eskura bakarrik, mundu guztiaren eskura baino. (Csikszentmihalyi, 1991; Csikszentmihalyi, 1997). Ber-sorkuntza berriz, jada sortuta dagoen zerbait berriro ere sortzean, bizitza berria ematean datza, eta zerikusi zuzena du Umberto Ecoren “Lan Irekia” irekiera interpretatiboarekin eta hartzailearen kolaborazioarekin (U. Eco, 2009; Pellerev, 1997). Hartzea, kulturala zein artistikoa, dimentsio honen baitan kokatzen da batez ere. Sormenaren esparruak asko eta askotarikoak direla esan daiteke, eta, hala Goi Kultura ez ezik, herri kultura eta masa kulturaren hartzea eta baliospena ere aisiaren dimentsio sortzailean kokatu behar dira. Telebistarekin lotutako aisiazko harremanak ikergai dituen lan batentzat inplikazio bereziki garrantzitsuak ditu, ikusiko dugun bezala, puntu honek.

Ekologia- eta ingurumen-dimentsioan testuingurua bihurtzen da aisiazko esperientziaren funtsezko osagaia: ingurua aisiaren bizipenaren “baldintza eta mamia” bihurtzen da (Cuenca Cabeza, 2000: 125)⁹⁵. Kasu honetan toki, leku edo giro batean egotearen zentzuak motibatzen du subjektua jardueran bertan parte hartzeak baino gehiago, errealtate berrien bilaketak sarri. Ingurua, giroa bihurtzen da gozamenaren erreferente. Ekologia eta ingurumen-dimentsioaren ezaugarriak dira presentzia, murgiltzea eta kontenplazioa. Dimentsio hau ingurune fisiko, sozial, kultural, pertsonal eta komunitarioarekin lotzen da, eta baita naturarekin lotutako aisiazko bizipenekin ere, baina ez ingurune naturaletan bakarrik:

⁹⁴ Ikus skholē (σχολή) aisiaren esanahiak atalean.

⁹⁵ “Del mismo modo, el ambiente puede ser condición y esencia de la vivencia de ocio.”

etxeko aisiazko ingurune zein taberna, plaza, parke, auzo edo hirien erakargarritasunarekin ere harremana du (Cuenca Cabeza, 2011: 15).

Jai edo festarako-dimentsioak aparteko, ezohiko esperientziak ditu oinarri. Jaia, finean, giza existentziarekin lotura duen gertakizun bat ospatzen duen ezohiko agerpen soziala da, eta ohiz kanpoko aisiazko agerkaria den heinean ematen du aukera arrazioaren eremutik aldendu eta komunitate-kohesioa lortzen duten bizipenak burutzeko. Jaiaren hartzen dute zentzua kantatzeak, musikak eta dantzak. Ez da jairik gabeko herririk, eta gaur egun aintzinako tonu irmoa galduta badute ere, jaiak publikoaren eta erkidegoaren zentzua mantentzen dute, gehiegikeria, kontraste eta baieztapenaren bidez. Aisiaren jai-dimentsioak komunitateak identifikatzea ahalbidetzen du, errealtatea eguneroko bizitzaren, zentzuzko antolakuntzaren eta errutinaren beste aldetik ikusten baitu (2011: 15). Jaiaren ezaugarri dira denboran eta espazioan mugarritutako zentzua duen aparteko bizipena, muturreko emozioak, irrazionaltasuna eta gehiegikeria, eta jarraibidedun prozesu ziklikoaren izaera.

Dimentsio solidarioak, burututako jarduera bera bazter utzita, bizipen altruista, eskuzabal lege hartzen den aisiaz hitz egitera garamatza: besteei norberaren inolako interesik gabe laguntzeko asmoaz. Bere garapena ardura eta konpromisoarekin lotuta agertzen da, eta borondatezko jardueran eta aukera askatasunean du oinarria (Cuenca Cabeza, 1999b: 23). Aisiaren dimentsio solidarioak garrantzia handia du komunitatearentzat. Skholē berba bera gizakia (herritarra) besteen eta polisaren zerbitzura prestatzearekin lotuta ageri da Aristotelesengan, eta erromatarren *otium cum dignitate* edo aisia duinaren ideiak ere pribilegiatuenen ardura azpimarratuko du⁹⁶.

Aisiaren dimentsio solidarioak beti bestearen presentzia eskatzen du, norberarengandik irtete eta irekitze bat, eskuzabaltasuna eta emankortasuna eman daitezen. Hala, beti izango du osagai exoteliko bat⁹⁷. Hala ere, norbanakoak gogobetetzea aurki ditzake aisia solidarioan: besteak laguntzearen poza, norberaren errerealizazioa, betebeharra konplitzea, jende berria ezagutzea. Stebbinsen *aisia serioak* ere zerikusi handia du dimentsio honekin (R. A. Stebbins, 1992), eta baita, nola ez, Urtxintxa Eskola edo EDE Fundazioarena astialdiarena bezalako boluntariorazarako proiektuek ere.

Aisia exotelikoaren koordinatua ere bost dimentsio nagusi identifikatu dira Aisiazko Ikaskuntzen Institutuaren Aisia Humanistaren eredutik: dimentsio produktiboa, kontsumozko dimentsioa, hezkuntza-dimentsioa, dimentsio terapeutikoa eta dimentsio alienagarria.

⁹⁶ Ikus *optimates*-ei buruzko hausnarketa Zizeronen *Publio Sestioaren defentsan diskurtsoa*-n.

⁹⁷ Gogora ekar dezagun aurretik esana: aisiaren koordinatuak errealtatean ez direla bere-horretan eta modu isolatuan agertzen.

Dimentsio produktiboak aisia erabilera eta trukerako balio duen ekoizpen eta kontsumorako objektua bailitzan planteatzen du (San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2000: 67). Dimentsio honetatik negozio eta lana den aldetik ulertzen da aisia: produktu eta zerbitzu bezala⁹⁸. Honen baitan koka ditzakegu aisiaren sektore ekonomiko anitz: industria kulturalak, turismoa, kirol profesionala, jokoa eta apostuak, bideojokoak, ikus-entzunezko produktuak.

Merkatuaren lojikaren baitako ekoizpenak ez du zentzurik kontsumorik gabe, eta horri erreparatzen dio kontsumozko dimentsioak. Batzuetan, aisia merkantzia bilakatzen da, eta bere zentzua jabetzan eta kontsumoan agortzen du, erostean, edukitzean, pilaketa hutsean bilatzen (eta urruntzen) da asebetetzea. San Salvador del Vallek zorrotz kritikatzeko du kontsumozko dimentsioak aisiazko esperientzia debalutzeko duen arriskua: “Dimentsio honek aisiaren merkaturia sustatzen du zentzu instrumentalean eta *erabili eta botatzearena* beste baliorik gabe, direla arte lanak, kirol-dominak edo ikusitako hirien errepertorioa” (San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2000: 69)⁹⁹.

Aisiaren prebentzio-dimentsioa, edo prebentziozko aisiak gizabanakoaren edo gizartearen beharrezko erantzuten die, helburu zehatz bati helduz (horra bere koordinatu exotelikoa), sarri aisia eta osasunaren binomioaren baitan, edo aisiazko politiken kasuan gizarte eskuhartzeari zuzenduta. Hitzak berak iradokitzen duen bezala, pertsonaren edo gizarte-ehunduraren arrisku, disfuntzio, hondatze edo degradazio egoerak aurrikustea eta ekiditea helburu duten aisiazko jarduerak hartzen ditu bere baitan.

Aisiaren dimentsio terapeutikoan “erreferentzia-helburua osasuna da, bai birgaitzeko prozesuen bidez aukera galduak berreskuratzeko, bai litezkeen gaixotasunak aurretiaz ekiditeko. Kasu bietan, aisia bide eta prozedura gisa aritzen da” (Cuenca Cabeza, 2011: 13), eta hortaz prebentzio-dimentsioaren beste aldea osatzen du: ez egoera kaltegarriak ekiditea, baizik eta galdutako bizi-kalitatea berreskuratzen laguntzea. Errehabilitazioaren ideia, beraz, dela gaixoarena, biktimarena edo delitugilearena, dimentsio honen muinean dago.

Aisiaren dimentsio alienagarriak ahaztura eta gizanabako eta giza taldeen inguruarekiko isolamendua ekar litzake, aisiaren aukera eta potentzialtasunaren neurriz kanpoko dimentsionatzearekin. Hala, “munduaren desberdintasun eta bidegabekeria sozialak” ahaztera eraman dezake gizakia (San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2000: 72), eta antzinako greziarren antzera, gutxiengo baten aisia gehiengoaren esklabutza gainean eraikiarazi. Aisia alienagarriak ihesa eta aterpea eskaintzen dizkio norbanakoari, besteen

⁹⁸ Gogora ditzagun aurreko ataletan landutako Pine eta Gilmore-en planteamenduak eta esperientziaren ekonomia, adibidez.

⁹⁹ “Esta dimensión fomenta el mercado del ocio, en un sentido instrumental y exento de ningún otro valor que el *usar y tirar*, sean estas obrasde arte, medallas deportivas o repertorio de ciudades visitadas.”

behar eta nortasunetara itxita dagoen nitasunaren gehiegitzerako aukera bat. Ondorioz, espazio eta denbora indibidualak sortzen ditu, norbanakoa erkidegotik isolatuz. Zentzu horretan ohartarazten du Dumazedierrek aisia “herriaren opio” berri bat bihurtu daitekeenaz (J. Dumazedier, 1974: 49).

Manuel Cuencak, dimentsio horietaz gainera aisiaren *hezkuntza-dimentsioa* eta aisiaren *dimentsio bereizgarria* ere aipatzen ditu, “Aisiazko Ikaskuntzen egungo erronkak” artikuluan (Cuenca Cabeza, 2007: 29-31). Hezkuntza dimentsioak norberaren eta gizartearen formaziorako bide den aldetik heltzen dio aisiari. Aisiaren dimentsio bereizgarriak berriz desberdintzea eta bereizte soziala bilatzen ditu, itxurari garrantzia emanez bizipenaren gainetik. Aisiazko esperientziaren bizipen negatiboari erreparatuta aldiz, hau da, aisia forma hau agertzen den gizarteak edo esperientzia bera bizi duen subjektuak berak txartzat hartzen dituen kasuetan (Cuenca Cabeza, 1995: 56) ere dimentsio ezberdinak identifikatu daitezke, haietan gehiegi sakonduko ez dugun arren. Hala, Aisia Kaltegarriaren baitan itxurazko askatasuna, instintuzko aisia, adikzioa, aisia egokieza eta legez kontrako aisia koka ditzakegu. Aisia absentearen kausak, berriz, bi dimentsiotan bereizi daitezke: ezintasuna (denbora edo dedikazio faltagatik adibidez) eta ezgaitasuna (zentzu, jarrera, edo iaiotasunaren aldetik...). Laburbilduz, 4. taulan adierazi daitezke atal honetan berrikusi ditugun aisiaren koordinatuak (haien norabide positibo eta negatiboan) eta berauen dimentsio nagusiak:

4. TAULA: AISIAREN NORABIDEAK, KOORDENATUAK ETA DIMENTSIOAK

+		-	
A		A	
Dimentsio ludikoa Sormen-dimentsioa Ekologia eta ingurumen-dimentsioa Jai-dimentsioa Dimentsio solidarioa		Ezintasuna (denbora, dedikazioa...) Ezgaitasuna (zentzu falta, jarrera, iaiotasuna...)	
E		E	
Dimentsio produktiboa Kontsumozko dimentsioa Hezkuntza-dimentsioa Dimentsio terapeutikoa Dimentsio bereizgarria Dimentsio alienagarria		Itxurazko askatasuna Instintuzkoa Atxikia (adikzioa) Egokieza Legez kontrakoa	

Iturria: norberak moldatua. (Cuenca Cabeza, 2011; San Salvador del Valle Doistua, 2000)

1.4.3. AISIAREN TIPOLOGIAK

Aisia eta aisiazko esperientzia modu askotan sailkatu daitezkeen arren, Aisia Humanistaren ereduaren baitan ikuspegi objektibo eta subjektiboak barne hartzen dituen kategoria orokor erabilgarriak aurki ditzakegu. Biztanleriaren ohitura, bizimodu, ohitura eta balioei ez ezik subjektuek eurek haien aisia praktika eta bizi-estiloak ematen dieten esannahiari aldi berean erreparatzea gakoa da, horretarako. Hala hiru ardatz nagusi proposatzen ditugu: aktibotasuna / pasibotasuna, kasualtasuna / substantzialtasuna eta ohikotasuna / apartekotasuna. Aisiaren tipologia deritzegu kategoria hauei.

Erabiliko dugun lehenengo aisiaren tipologia aisia aktiboa/aisia pasiboa ardatzari dagokiona da. Aisia aktiboa eta pasiboaren artekoa ez da objektiboki, kanpoko begiratuarekin erraz behatu daitekeen ezberdintasuna. Aisiazko praktika batzuek aktibotasunarekiko lotura agerikoagoa agertu izanagatik (adibide klasiko bat jartzearren, futbol partida bat jokatzeko aktiboagotzat daukagu partida perla telebistatik ikustea baino), subjektuak aisia jasaten duen ala bertan jarduten duen jakiteko, subjektuaren iritzia beharra daukagu. Aisia aktiboa zuzenean dago lotuta aurreko atalean deskribatutako sormenezko dimentsioarekin eta jarduerarekiko inplikazio eta inplikazio ezarekin.

Gertatzen ari denaren eta egiten ari garenaren kontzientzia funtsezkoa da, erdigunea pertsona baita, ez baliatzen diren baliabideak eurak. Tipologia honen gakoa, beraz, norberaren inplikazioan datza, ez jarduera beraren izaeran. Masa komunikazioaren eremura ekarrita, ardatz honekiko zalantzak argi eta garbi formulatzen ditu Joffre Dumazedierrek bere “Aisiazko Zibilizaziorantz?” lan klasikoan. Aisia aktibo/pasiboaren ardatzaren ikuspegitik, hedabideek aukera beste arrisku dakartzatela argi adierazten du ikerlariak:

Zein dira komunikazio-hedabide mekaniko handien eraginak aisiazko aldiak erabiltzerako orduan? Zalantzarik gabe ezberdintasun handiak daude hedabideok erabiltzeko moduetan eta pizten dituzten iritzietan. Baina aisiazko jarduerak eragiten duten lilurak izaera bera du batzuen eta besteen kasuan, indar ezberdina badute ere. Lazarsfeldek irudikatutako prentsa, zinema, irrati eta telebistarekiko jarreraren arteko elkarreragin indartsua erakutsi du. Egun zilegi da aisiazko jarreraren baldintzapen teknikoak hitz egitea. Baldintzapen tekniko horrek ikusle edo entzulearen pasibotasuna determinatzen al du? Logikoa da, noski “mass media” hauen

sugestiorako gaitasunak, edukien estandarizazioarekin batera, ondorio kirtentzaileak izatea. (J. Dumazedier, 1950: 61-62)¹⁰⁰.

Bigarren aisiaren tipologiak aisia kasuala / aisia substantzialaren arteko ezberdintasunari erreparatzen dio. Izan ere, aisiazko jarduera baten zale den pertsona baten eta, besterik gabe, jarduera burutzen ari denaren aisiazko esperientziak ezberdinak dira. Aisia substantziala edo serioa deritzogu ekite eta berrekite kontziente eta aukeratu bat ematen denean, jarduera burutzeko motore autonomo bat dagoenean. Borondatezko praktika sistematikoarekin lotzen da; parte hartzaileek haien nortasunaren adierazpide bezala ulertzen dutena. Aisia kasualak, aldiz, ausazkoa edo unean unekoa izan daitekeen kontaktua suposatzen du jarduerarekin. Dibertsiorako aisia bezala ere ulertu dezakegu, zeinak epe laburrerako plazerra dakarren eta ez duen prestakuntza maila handirik eskatzen hartaz gozatu ahal izateko (Cuenca Cabeza, 2000: 138). Atsegingarria eta gogobetearazlea izan daiteke, nola ez, baina ez dakar errepikatzerik bere horretan. Aisia kasuala aisia substantzialagorako sarbidea izan daiteke, subjektuak jarduerarekiko identifikazioa eta errepikapenerako gogoia garatzen dituenean. Stebbinsen esanetan:

“Aisia kasuala” terminoa “aisia serioa” bere bikia bezain zaharra da, bigarrenari buruzko hasierako adierazpen kontzeptuala zekarren artikulua berean etorri baitzen mundu honetara (.). Artikulu hartan, eta beste geroagoko lanetan, aisia serioaren esanahia gehiago argitu asmoz, sarri alderatu nuen aisia kasual edo ez serioarekin, azken honen kasuan lo-kuluxka egitea, parkean zehar ibiltzea edo, dibertsio bezala jardundakoan, telebista ikusi edo egunkaria irakurtzea jarritz adibide gisa. Are gehiago, adierazpen definitzaile hauei noizbehinka iruzkin bat gehitu nien, aisia kasuala aisia serioaren erreinutik kanpora gelditzen den aisia guztia bezala ulertu daitekeela. (R. A. Stebbins, 2007: 37)¹⁰¹

Stebbinsek berak onartzen du hasierako saiakera definitzaile haiek leku txarrean utzi zutela aisia kasuala, beti ere aisia serio edo substantzialaren bertuteak goraipatzeko kontraste

¹⁰⁰ “Quels sont les effets des grands moyens mécaniques de communication sur la façon d'utiliser les temps de loisir ? Il existe certes de grandes différences entre les modes d'utilisation de ces moyens et les opinions qu'ils suscitent. Mais la séduction exercée par les uns et les autres sur les activités de loisir, quoique de force inégale, est de même nature. Lazarsfeld a montré la forte corrélation qui unit les attitudes à l'égard de la presse illustrée, du cinéma, de la radio et de la télévision. Il est désormais permis de parler d'un conditionnement technique des attitudes de loisir. Ce conditionnement technique détermine-t-il la passivité du spectateur ou de l'auditeur ? On peut en effet craindre quela puissance de suggestion propre à ces « mass média », liée à la standardisation de leurs contenus, ait des effets abêtissants.”

¹⁰¹ “The term “casual leisure” is as old as its fraternal twin, “serious leisure”, for the first time came into this world in the same article that contained the initial conceptual statement about the second (Stebbis, 1982a). In that article and a number of later works, to further clarify the meaning of serious leisure, I frequently contrasted it with casual, or unserious, leisure, exemplifying the latter with activities like taking a nap or strolling in the park or, when pursued as diversions, watching television or reading a newspaper. Moreover, I occasionally added to these definitional statements the observation that casual leisure can also be understood as all leisure falling outside the realm of serious leisure.”

bezala erabili baitzuen. Bestalde, hirugarren kategoria bat sortu zuen, tipologia honen baitan kokatu beharrekoa: proiektuan oinarritutako aisia (*project-based leisure*) zeina aisia seriotik ezberdintzen den epe laburreko ekitaldia delako, eta ez delako, aisia serioa bezala, bizi-interes zentrala (Dubin, 1992). Edozelan ere, aisiaren kasualtasun eta seriotasunaren artean dikotomia baino, continuum bat sortzen da, non proiektuan oinarritutako aisia bezalako kategoria berriak aurkitu eta zehaztea posiblea den. Gakoa, hala ere, aisiazko jardueraren errepikapena eta maiztasuna da.

Maiztasunaren ideia hari beretik, baina aisiazko praktikarekin baino bizipenarekin gehiago lotuta, hirugarren eta azken tipologia ohiko aisia eta aparteko aisiaren artekoa da. Horrela, hasierako, ohiko eta aparteko esperientzien artean ezberdindu daiteke. Csikszentmihalyik aparteko esperientziaren (ohiz kanpoko, planifikatu edo aurrikusi gabekoak) eta esperientzia hobezinen artean bereizketa egiten du (une bereziak, zoriontasun eta extasia aurki daitekeen gailurrak, erronka eta trebetasunaren oreka eta motibazio maila altuarekin lotutakoak) (Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi, 1992). Csikszentmihalyiren flow edo jario esperientzia hobezin hauek Howard eta Diane Tinsleyren aisiazko esperientziaren atributuekin zerikusi nabarmena agertzen dute (Tinsley & Tinsley, 1986), baina onura psikologikoak gehiago nabariaraziz subjektuaren bizipena, beraren deskribapena eta honen baldintzak bainoago.

1. GRAFIKOA: AISIAREN TIPOLOGIAK

Aktiboa/Pasiboa

- Kontzientzia
- Inplikazioa, desinplikazioa.

Kasuala/Substantziala

- Errepikapena eta maiztasuna.
- Praktika sistematikoa, nortasunaren adierazpidea.

Ohikoa/Apartekoa

- Berezitasuna.
- Erronka eta trebetasuna.

Iturria: norberak egina (cf. Stebbins eta Csikszentmihalyi)

1.5. TELEBISTAREKIN LOTUTAKO AISIARAKO HURBILKETA INTEGRALA: ASTIA-ALDIA-AISIA EREDUA.

Cuencaren hitzetan, gizakia hiru denborazkotasun motatan egiten du bere bidea ikuspegi antropologikotik: denbora sozialean, lanekoan eta pertsonalean. Denbora sozialak, historikoak, gizabanakoaren bizitzaren inguru sozial gisa funtzionatzen du, eta bertan txertatzen da lanaldia, beharrea igarotako denbora. Bi denbora hauek neurgarriak, kontagarriak dira, “erabat kronologikoak, kuantitatiboak” (Cuenca Cabeza, 2000: 21); non iragana eta geroa zehaz daitezkeen. Denborazkotasun pertsonala, ordea, denboraren bizipena, norberarena da; aldi kualitatibo bat osatzen du. Horrela ulertuta, astia laneko denborari eta denboraldi sozialari dagokio, eta aisia, ordea, esperientzia bezala ulertuta, norberaren denborazkotasun pertsonalaren parte da. Abiapuntu teorikoaren lehen atalari amaiera emate aldera aisiaren eta aisiazko esperientziaren ulermen integralari begira euskerazko hiru terminori erreparatuko diogu: astia, aldia eta aisia, hurrenez hurren.

Sarri nahastuak izan diren eta izaten jarraituzten duten arren, aisia eta astia ez dira gauza bera. Astia denbora da, finean. Gaztelaniaz *tiempo libre*, ingelesez *free time*, alemanieraz *freizeit*, euskarazko astia “denbora liberatuari” dagokio, behin lanarekin eta norbere eta besteen zaintzearekin lotutako betebeharrak burututakoan gelditzen zaigun denborari. Hau da, denbora sozialak eta lanaldiak zehaztuko dute pertsonaren astia. Astia pertsonaren askatasun erlatiboaren (eta sumatuaren) esparru tenporala da, jarduerak bere nahi eta ahalerara artikulatzeko eremua. Nolabait esateko, aisiaren lehengaia osatzen du astiak, honen material gordina, zeina norbanako eta gizarte bakoitzak, bere egoera espezifiktik abiatuz, modu berezkoan landuko duen.

Astia eta aisiaren arteko nahasmen kontzeptuala Aisiazko Ikaskuntzen hastapenekin eta 1960. hamarkadako Aisiaren Soziologiarekin eta ikerketa kuantitatiboarekin lotuko du Jaime Cuencak “El valor de la experiencia de ocio en la modernidad tardía: Génesis y condiciones de posibilidad” doktorego tesian. Bere ustetan, ikerketa hauek “aisiaren definizio objektibista bat dute komunean, zehatzago esanda, betebeharretatik askatutako denboran burututako ekintzen multzoa.”¹⁰² (Cuenca Amigo, 2010: 17), eta, hortaz, aurreko ataletan deskribatutako aisiaren definizio eta neurketa objektiboaren baitara mugatzen dira.

Noski, ez zaie garrantzia edo esangurarik kendu behar askatasunezko tarte hauek ahalbidetu dituzten lorpen sozialei, astia behar-beharrezkoa baita (opor ordainduak, lanordu mugatuak, asteburuak...) norbanako eta gizarte mailan astia, eta, hortaz, aisia izan dezagun. Baina gizarte fenomeno eta esperientzia pertsonalaren moduan eman daitekeen marko

¹⁰² “Con distintos matices, comparten una definición objetivista del ocio como tiempo libre o, con mayor precisión, como el conjunto de actividades practicadas en el tiempo liberado de las obligaciones.”

tenporala (astia) eta giza eta gizarte mailako esparrua bera (aisia) bereizi egin behar dira ezinbestean, aisiaren ikaskuntzan aurreratuko badugu. Hori dela medio, astia Cuencak aipatutako denbora sozialaren eta lan denboraren arabera esparru gisa hartuko dugu lan honetan. Kelly-ren eskeman, “denborazko” adiera hartuko luke (Kelly, 1995: 22)¹⁰³.

Aldia da argitu eta zehaztu behar dugun bigarren terminoa. Aldia aisiazko zein beharrari lotutako jardueren espazio eta denbora koordinatuetan hartzen duten kokapenari dagokio. Izan ere, “bizi esperientzia ez da bere baitan bakarrik azaltzen, espazio eta denboraren koordinatuetan txertatuta baizik”¹⁰⁴ (Cuenca, 2004: 44). Aldiak ere denborarekin du harremana, astiak bezala, baina jarduera edo praktika batean emandako denborari egiten dio erreferentzia: jarduera horrek izan duen iraupena, eskaini zaion denbora unitate kopurua (segundo, minutu, ordu, egun, aste...) eta berau gertatu den garaia kasu. Adibidez, lanean dihardugun esparru tenporalari esaten diogu lanaldi, eta gure astia gauzatzen, mamitzen den tarteari astialdi.

Eskura, aske, bihurtarri dugun denbora baldin bada astia, jardundako denbora da aldia. Aisiaren atributu objektiboak biltzen ditu aldiak, hala nola, lekua, denbora, iraupena eta garaia¹⁰⁵. Aldiak beti koordinatu zehatz eta objektiboak ditu, jarduera oro une konkretu batean hasten baita, iraupen zehatza baitu eta memento zehatz batean amaitzen baita. Adibidez, telebista ikustean telebista piztu, ikusi eta itzali egiten dugu. Piztu, ikusi eta itzaltze horrek zehaztuko du telebista ikustera zuzendutako aldia. Aitzitik, eta adibide honekin jarraituz, telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak ez dira beti aparailua piztean hasten, ez eta nahitaez berau itzaltzean amaitzen. Kellyren eskemari jarraituz, aldia aisiaren jarduera izaerarekin lotzen da, zerbait egiten emandako, edo jarduerak definitutako denbora tarteak baita.

Azkenik, aisia askatasunezko denbora edo jarduera bera baino zerbait gehiago da. Betebeharrak gabeko, nolabaiteko askatasunezko esparrua eskatzen du, eta jarduera eta praktika behagarri, objektiboetan gauzatzen da noski (hobby edo zaletasunak, jolasak, kirolak, jaia, dantza, bidaia,...); baina dimentsio subjektibo garrantzitsua du bere baitan, zeinarik gabe ezin uler daitekeen bere izaera. aisia esperientzia doakoa, eta giza naturaren

¹⁰³ Ikus Terminologia: aisiaren definizioa atalean *Leisure* berba, eta batez ere Kelly-ren aisiaren adierari dagokien eskema.

¹⁰⁴ “La experiencia vital no se explica sólo en sí misma, sino en cuanto inserta en sus coordenadas espaciotemporales.”

¹⁰⁵ Alderantziz ere esan genezake, aldiaren bizipen subjektiboa dela aisia.

aberasgarria da eta “zerikusi handia du egoera eta esperientzia atsegingarri eta asegarien bizipenarekin”¹⁰⁶ (Cuenca, 2000:15).

Hori dela eta astia eta aldia kontzeptuetatik aldentzen da, bi hauen kasuan ez bezala, pertsonaren, norbanakoaren, taldearen bizipena, esperientzia baita aisiaren gakoa. Aisia bizipen subjektibo eta pertsonala da muinean, gizakia izaki soziala den heinean betiere berau ahalbidetuko duen testuinguru sozial batean kokatuta aurkituko dugun den arren. Kellyren esperientziaren adierarekin lotuko dugu, beraz, aisia, Cuenca Cabezak aipatutako denbora pertsonal, subjektiboarekin (Cuenca Cabeza, 2000; Kelly, 1996)

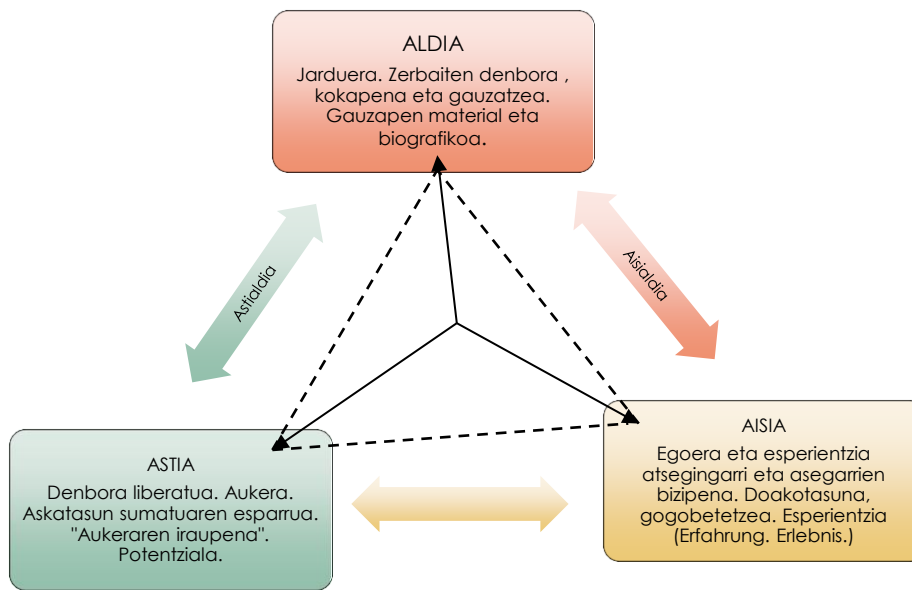
Dagokigun esparrura itzulita, telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak telebistaren aurrean ematen dugun denborekin nahastea astia eta aldia nahastea bezalakoa da. Pertsona edo gizarte batek telebistaren pantaila aurrean batez beste ematen dituen orduen kontaketa soilak (ordutegiek, maiztasunak, aste egun eta asteburuetako kontsumoaren banaketak) ez digu informaziorik eskaintzen pertsona horrek edo gizarte horrek jarduera horretan jarduteko dituen motibazioez, ez eta aurkitzen eta eraikitzen dituen esanahi eta plazeretaz ere. Denbora zertan igarotzen duten, duten astia nola inbertitzen duten jakin dezakegu, baina ezer gutxi diosku jarduera horretan bizi dituzten aisiazko esperientziez.

Bestela esanda, halako zenbaketa batek astira eta aldira hurbilketa objektibista bat ahalbidetzen digu, baina aisiaren izaera subjektibo, bizipenezkoa, bazter uzten du. Are gehiago, egun gizarte eta teknologia mailan eman den, ematen ari den eta emango den berrikuntzaren pare egongo den ikerketa-berrikuntza aurkeztea ezinbestekoa da telebistak pertsonen aisian jokatzen duen papera ulertzeko. Telebista zer den ulertzeko, honek pertsonen egunerokotasunean zein leku hartzen dituen aztertzea ezinbestekoa dela esan genezake, eta horretarako aisiazko esperientzien ikerketa funtsezkoa izango da.

Horretarako, eta atal honen azken ekarpen modura aisiarako hurbilketa integralerako astia-aldia-aisia eredua proposatzen dugu, 2. irudian laburbilduta agertzen dena, eta adibide gisa tesiaren ardura den telebistarekin lotutako aisiazko bizipenak eta honen azterketa hartuko ditugu ondoren.

¹⁰⁶ “Una experiencia gratuita, necesaria y enriquecedora de la naturaleza humana (...) mucho que ver con la vivencia de situaciones y experiencias placenteras y satisfactorias.”

2. IRUDIA: ASTIA-ALDIA-AISIA EREDUA



Iturria: norberak egina

Ezkerreko erpinean astia kokatzen da. Telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak ezagutu ahal izateko, ezinbestez galdetu beharko dugu norbanakoaren eta giza taldearentzat eskuragarri dagoen eta telebistari eskaintzen zaion astiari buruz. Goiko erpinean, bestalde, aldia ageri zaigu, beste bi erpinen erdigunean. Izan ere, dagoeneko sarri gogoratu dugun legez, aisia gertakari soziala da, koordinatu material eta historikoetan azaltzen dena, eta, hortaz, denbora eta jarduera bat behar dituen.

Era berean, telebistarekin lotutako aisia ezagutzeko ezinbestean ikertu behar ditugu telebista ikusteak (telebistaren kontsumoak) hartzen dituen aldiak: non, noiz eta zenbat ikusten dugu telebista? Eguneko zein ordutan, asteko zein egunetan, urteko zein hilabetetan? Ematen al da aldiberekotasunik? Zein beste jardura burutzearekin batera ikusten da? Ikusten al da telebistarik garraioaldietan? Etxeko lanekin batera uztartzen al da? Irakurtzen al da egunkaririk telebista piztuta dugun artean?¹⁰⁷. Telebistako programazioa da, noski, aldiaren beste alderdi bat, batez ere emisio sinkronikoaren kasuan, edukia bera determinatzen baitu denborak berak.

Bi erpin hauen arteko harremanak ere (astia-aldia: astialdia) garrantzia handiko informazioa eskaini diezaguke aisiako praktikek pertsonen egunerokotasunean duten pisu eta garrantziarekiko. Hala, zenbaterainokoa da telebista ikusten dugun denbora, dugun astiarekin alderatuta? Ez da gauza bera egunean lau ordu baino gutxiagoko astialdia izatea

¹⁰⁷ Ikus adibidez hedabideen aldibereko erabileraren hazkundeari buruzko datuak Mediascope enpresaren arabera. (Landabidea Urresti, Aristegi Fradua, & Madariaga Ortuzar, 2012)

(eta astia honen erdia baino gehiago telebista ikusteari zuzentzea) edo sei orduko astialdia izatea egunean eta honen herena ematea telebista ikusten (Aliaga, 2006).

Aisia erpinari dagokionez, berriz, lehenenengo eta behin azpimarratu beharrekoa da ezinbestekoa izango dela subjektuei haien bizipenari buruz galdetzea telebistarekin lotutako aisiazko esperientzia ikertzeko, bizipenaren alde subjektiboan kokatzen denez ez baita zuzenean behagarria. Aldien neurketara zuzendutako audimetria eta inkesta kuantitatiboek ikus-entzule masen jokamolde agregatuak ezagutzea ahalbidetzen digute, baina ez hala berauek telebistari erauzten dizkioten esanahi eta bizipenetan sakontzea. Telebistari lotutako aisiazko esperientziak ezagutzeko hurbilketa semantiko bat behar da, pertsonen esanguren eraikitze eta zirkulaziorako darabiltzaten prozesuak aztertuko dituen analisi kualitatibo baten bidez, ikertu nahi den subjektuaren beraren berezko termino esanguratsuak aurkitzearen helburuarekin ¹⁰⁸. Finean, telebista ikustearen kontzeptualizazio berria proposatzen du erpin honek, hartzaileek medioarekiko harremana nola bizi duten galdetzen duen audientziarenganako *emic* hurbilketa bat. (Pike, 1967)

Denbora tarte eta maiztasunen neurketa soilera zuzendutako audientzien ikerketek aldia bakarrik hartzen dute kontuan, edo gehienez astiarekin lotuta agertzen zaigu (aldia edo astia-aldia azterketak alegia), baina hiru erpinak elkarreraginean daude, elkar-menpekoak dira. Ez da nahikoa telebista ikustearen atributu objektiboak aztertzea telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak ikertzeko, bizipenaren alderdi subjektiboak aztertzea testuinguru historiko, material eta teknologikotik kanpo aztertzea nahikoa ez den bezala. Hortaz, astia-aldia erpinen azterketara zuzendutako paradigma objektibista gainditu eta Astia-Aldia-Aisia erpinak elkarreraginean aztertuko dituen eredu behar dugu, iker objektuak aurkezten dituen konplexutasun eta berrikuntzei erantzuteko. Telebista aisiazko praktika soiltzat hartu eta honen koordinatu objektiboak neurtzetik aisiazko esperientzia gisa dituen dimentsio subjektibo eta semantikoak ere kontuan hartzea, alegia.

Telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak beti egongo dira, esan bezala, testuinguru sozio-tekniko batean kokatuta. “Internetek telebista gainditu du AEBetan, Europan eta Txinan” jasotzen zuen Berriak (Urkizu, 2011a), eta era berean pertsonen telebistarekin eta beste hedabideekin dituzten harreman eta bizipenak hauen garapena baldintzatu eta zuzenduko dute: “Beti egongo dira espezializazioa, berrikuntza eta telekomunikazio sistema unibertsal batek egiten duena beste modu batetara, asmo batzuei begira hobeto egiteko saiakerak” (De Sola Pool, 1983). Horrela, Aisiazko Ikaskuntzek audientzia ikerketara egin dezaketen ekarpena funtsezkoa izango da telebistaren oraina hobeto ulertu eta azaltzeko,

¹⁰⁸ Ikus “Ikerketaren dimentsioak” atala *Hacia una aproximación cualitativa a las experiencias televisivas de distintas generaciones* tesinan. (Landabidea, X., 2009:11-24)

eta honen etorkizunera prestatu ahal izateko. Telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak aztertzeke hiru erpineko ereduak telebistak zehazki pertsonen eguneroko aisian jokatzen dituen paper ezberdinak ezagutu eta telebistak gizartean duen lekua ulertzeke proposamenaosatzen du, lan horretan lagungarri izango delakoan.

1.6. LABURBILDUZ: AISIAZKO ESANAHIEEN BILA

Lehen kapitulu honetan aisiaren kontzeptuarekiko sarrera lauhoitz bat burutu dugu. Lehenengo aisiaren adiera aniztun izaerari erreparatu diogu, hitzaren esangura garaikideak eta historian zehar jaso izan dituen esanahiak erkatuz “leisure”, “ocio” eta “aisia” berbak oinarri hartuta. Ibilbide historiko-etimologiko honek autore klasikoen lanetan nahiz egungo plataforma digitaletako ezbaideetan aurkitu ditugun ekarpenak mahai gaineratzea ahalbidetu digu. Hala ikerketa honen oinarrian dagoen kontzeptuari sarbidea emateaz gain, hainbat iturritako ekarriak alderatu eta artikulatu ahal izan ditugu, iker-objektuari eta egungo garaia egokitzeke.

Lehen zehaztapen kontzeptual honen ondoren aisiaren ikaskuntza eta Aisiazko Ikaskuntzan bereztu ditugu, eta ikerketa bigarrenaren eremuan kokatu ondoren haren diziplinarteko izaeraren inguruan jardun dugu, jakintza-arlo ezberdinetatik egin izan diren ekarpenak bilduz, eta hedabideak eta aisia binomio lantzearen beharrezanaren erreparatuz. Ondoren, aisiak iker-objektu bezala har ditzakeen hiru aldaera landu ditugu Ikuspegi bakoitzak azpimarratzen dituen ezaugarri eta kontzeptu nagusiak aztertuz: aisia praktika bezala, aisia esperientzia bezala eta aisia eskubide bezala.

Aisia humanistak eskaintzen dituen kontzeptu eta kategoria teorikoek lan honen aurrekari teoriko ezinbestekoak dira, eta behin aisiaren eta Aisiazko Ikaskuntzen nondik norakoak aipatuta, honen oinarriak azaldu ditugu, Aisiazko Ikaskuntzen perspektiba orokor eta osoko bezala: aisia humanistaren aldeko adierazpenean jasotako balioak, aisia humanistaren koordinatuak, aisiaren dimentsioak eta norabideak eta aisiaren tipologiak.

Bukatzeko, abiapuntu teorikoaren lehen zati honen sintesiaosatzen duen eta tesi osoan zehar garrantzia handia izango duen telebistarekin lotutako aisiarako hurbilketa integrala proposatu dugu. Hurbilketa honek aisia humanistaren planteamenduak ikerketa honetara egokitu eta telebistaren aisiazko harremanen elementu objektibo eta subjektiboak jasotzea ahalbidetzen digu, euskarak eskaintzen dituen hiru hitz elkar-harremanean jarritz: astia, aldia eta aisia.

A day, a livelong day, is not one thing but many. It changes not only in growing light toward the zenith and decline again, but in texture and mood, in tone and meaning, warped by a thousand factors of season, of heat and cold, of still or multi winds, torqued by odors, tastes, and the fabrics of ice or grass, of bud or leaf or black-drawn naked limbs. And as day changes so do its subjects, bugs and birds, cats, dogs, butterflies and people.

John Steinbeck. The winter of our discontent.

II. KAPITULUA. TELEBISTA KOMUNIKABIDEEN EKOSISTEMAN.

Ikus-entzunezko edukien ekoizpen, banaketa eta kontsumo sistema den heinean, telebista iragaite edo trantsizio egoera batean dago, bateratze joera agertzen duten aldaketa teknologiko, industrial eta sozialen eraginez. Eraldaketok telebistaren izaera bera eta beronen ulerkera soziala kolokan jartzen dute, aldi berean telebista lehen zena baino gehiago (eduki aukera zabalagoa, eta plataforma eta sarbide berriak) eta gutxiago bihurtuz (haren iragan mendeko zentraltasuna eta erreferentzialtasuna ere zalantzan baitago). Telebistak gizarte garaikideetan duen kokalekua aztertu eta ulertu ahal izateko kontzeptu garrantzizko batzuk berrikusi eta berpentsatu beharra dago, komunikazioaren paradigma zaharrek ez baitute berez, eta bere horretan, egungo ingurua deskribatzeko balio; are gutxiago norbanakoek eta taldeek inguruarekin osatzen dituzten aisiazko harremanak aztertzeko.

Lehenengo atalak leit motiftzat izan duen denbora (Astia-Aldia-Aisia ereduarekin amaituz) bigarren atal honetan espazioak ordezkatzeko du, komunikabideek gizakien aisiazko esperientzien hondoko irudi (eta soinu) bezala osatzen duten testuinguruaren analisirako metafora gisa. Horretarako lehenik eta behin espazio mediatikoaren kontzeptua erabiliko dugu, espazioaren inguruko eztabaida klasiko bi gogora ekarriz lan honen helburuetara. Era berean komunikabideen paisaiari erreparatuko diogu, terminoak agertzen dituen aukera eta arriskuetan geldituz. Bigarrenik, bateratze multimedien ezaugarri teknologiko industrialak aztertuko ditugu hainbat komunikabidetan, eta bateratzearen garrantzia kulturala gogora ekarri, eraldaketa teknikoetatik haratago. Azkenik, telebistaren ekosistemari helduko diogu, telebistak gure garaian hartzen duen kokalekuaz eta hari buruz ditugun ulerkerez jarduteko, telebistaren ikuspegi agnostiko baten alde eginez, hirugarren atala hasi aurretik.

Izan ere, komunikabideen bateratzea subjektuek parte hartzen duten komunikabideen ekosisteman eragiten ari den eraldaketak, eta alderantziz, subjektuen parte-hartzea bateratzean sortzen hasi den aldaketak deskribatzea da atal honen helburua.

2.1. KOMUNIKABIDEAK ETA ESPAZIOA

Telebistari eta masa komunikabideei buruz jarduterakoan, metafora emankorra eskaintzen digu espazioak. Azken batean, ingurune fisikoaz gainera, ingurune komunikatiboetan bizi gara garaiotan, eta gure egunerokotasuna hedabideek eurek gorpuzten dute, hiriak, herriak eta lurraldeak bezainbeste.

Gure solaskidea hurbil ala urrun dagoen, solasaldi batean absente edo presente gauden ez du espazio geografikoak komunikaziozko espazioak beste baldintzatzen. Telebistako aurkezle eta pertsonaiak familiarrak, etxeak zaizkigu, auzokoa apenas ezagutzen dugun artean. Etxean gelditu arren bidaiatu egiten dugu iratiaren soinuek, telebistaren irudiek, egunkariaren letrek, telefonoaren ahotsak edo sare digitalek osatutako espazioetan barrena. Haiek ez dituzte kontuan hartzen “etxearen hormak, auzoaren etxadiak edo beste muga, oztopo edo pasabide fisikoak” (Meyrowitz, 1990: 130). Gero eta gehiago, etxeko zein eskuko pantailetakoa irudiek eta kaleetako karteak osatzen dute gure eguneroko paisaia, naturaren formek edo hiri eta herrietako eraikinek eurek baino areago. Fiona Allonek espazioaren modu berri horren inguruan hausnarketa proposatzen digu bere “Eguneroko Kontrolaren Ontologian”:

Hurbilekoa eta urrunekoaren arteko interakzio sorta ahalbidetzerakoan, sarri elkarbanatua den denboran eta hurbiltasun espazialaren mendekotasunik gabe, komunikabideen teknologia digitalak ez dira soilik gizarte bizitzaren ordena espaziala berkonfiguratzeko ari, zuzenean espazioa eta lurraldea nola bizi dugun moduan eragiten ari dira. Komunikabide eta komunikazio sareek espazio-denborazko harremanen molde berri bat osatzen dute, zeina esperientzia espazialaren aurreko domeinua konplikatu eta beroni gainjartzen zaion. (Allon, 2004: 256-257)¹⁰⁹

Komunikabideek gure egunerokotasunaren testuinguru eta atzealde informatibo eta sinbolikoa osatzen dute. Atxikimendu maila eta mota ezberdinekin lotzen gatzatzen

¹⁰⁹ “Enabling a range of interactions between the near and the far, frequently in shared time and without dependency on spatial proximity, digital media technologies are not only playing a primary role in reconfiguring the spatial orders of social life, but are also affecting how we directly experience place and territory .. Media and communication networks effectively constitute a new matrix of spatio-temporal relations which complicates, and overlaps with, existing domains of spatial experience.”

komunikabideei egunean zehar, hainbat elementu eta osagaiez osatutako espazio aldakor eta aberats batean eginez gure eguneroko ibilbideak. Komunikabideen gainean gertatzen da egungo bizitza modernoa: egunkariak irakurritz gosaltzen dugu, irratia piztuta gidatzen dugu, mp3 bidezko musikak jartzen dio soinu banda metroan edo autobusean egindako bidaiari, lanaldia ere internet bidezko edukiz beteago aurkitzen dugu.

Komunikazio teknologiek saturatutako gizarte(et)an bizi gara. Seija Ridellek jaso bezala, komunikabide baten edo besteren ikus-entzule gara orain, ia edonon eta ia denbora osoan (Ridell, 2011b: 3)¹¹⁰. Hiriak eurek testuz jositako ingurune sinboliko bihurtu zaizkigu, sare digital globalen partaide haiek ere, azpiegitura teknologikoa garatuz eta inplementatuz (Ridell, 2010). Hiriak, herriak, auzoak, etxeak, egongelak, logelak, garraiobideak sakonean eraldatu dira, eta baita gure eguneroko ohiturak ere.

Geldi gaitzen une batez eta gure komunikabideen kontsumo ohitura aldakorrez hausnartu:

Inoiz telebista programa edo filmerik ikusi al duzu zure ordenagailuan edo eskuko telefonoan? Etxera korrika joan al zara zehazki arratsaldeko 8:00etan hasten den zure telebista saioa harrapatzeko? Iragarkiak itxaroten dituzu komunera joateko? 100 lagun baino gehiago al dituzu facebook-en? Gaur bidali edo irakurri al duzu Tweet-ik? Nola erantzungo zenien galdera hauei duela bost urte? (Einav, 2010: 1)¹¹¹

Komunikazio eta informazio teknologiak garatuz eta irakur-ikus-entzunezko praktikak aldatuz joan diren hein berean (eskuko teknologiak, sare digitalen erabilera, teknologiaren errutina berriak eta tekno-ehundura dinamikoak), espazioaren izaera bera ez ezik, espazioarekiko ditugun harremanak, espazioa bera ulertzeko moduek ere eraldaketa sakonak jasan dituzte (Ridell, 2011b).

Daniel Chamberlainei argudiatzen du “aldaketa funtsezkoago batean parte hartzen ari” garela, “non komunikabideen interfazeen eta komunikazio sarkorren sareak pribatua/publikoa dialektika berkonfiguratzen ari diren sare gizarterako espazialtasunaren paradigma berri baten alde – komunikabideen espazio saretua.” (Chamberlain, 2011: 15)¹¹². Ikerlariaren arabera, komunikazioen espazio saretu horrek (networked media spaces) espaziotasun anizkoitza ahalbidetu digute, non eskala ezberdinak erabiliz sare digitalen

¹¹⁰ “We are now audiences to some kind of media almost everywhere and all of the time.”

¹¹¹ “Let’s stop and think of our changing media consumption habits. Have you ever watched a television program or movie on your laptop or mobile device? Do you run home to catch your favorite TV show at exactly 8:00 p.m.? Do you wait for the commercial break to go to the bathroom? Do you have more than 100 friends on Facebook? Did you send or read a Tweet today? How would you have answered these questions five years ago?”

¹¹² “We are engaging in a more fundamental shift in which the intersections of media interfaces and pervasive communications networks are reconfiguring the private/public dialectic in favor of a new paradigm of spatiality for the network society – the networked media space.”

bidez sarbide eta aukeraketa maila ezberdinak kudeatu ditzakegun: norbanakoa, etxekoa, komunitatearena.

Hartara, komunikaziozko espazio berriek mugikortasunaren ideia bera errotik aldatu digute, sare digitalak ubikuotasunak mugikortasun irudikatuak (alegiazkoak) gainjarriz mugikortasun fisiko “errealelara”.

Espazialtasuna, esan bezala, konplexuagoa bihurtzen ari zaigu, aurretiazko espazio fisikoa desagertu ez, baina honen gainean beste geruza digital bat, Juan Freirek “azal digitala” deituko duena gaineratzerakoan (Freire, 2009).

Espazio fisiko eta birtualetan modu jakinetan, helburu jakinekin, bizi gara, entzunezko, idatzizko eta ikusizko ko-presentzia formak erabiliz gure burua aurkitzen dugun egoeraren arabera: autobusean eserita banago, mesedez idatzidazu eskuko telefonora, laneko bilera aspergarri batean banago, mesedez idatzidazu berehalako mezu bat AIM bidez, autoan banao, saia zaitez mesedez haririk gabeko telefonotik deitzen. Internetera zuzentzen gara informazio bila behar dugunean, edo itzali egiten dugu beharraren arabera. (Varnelis & Friedberg, 2008)¹¹³

Bizi garen hirian bertan, kale batzuk erabiltzen ditugu eta ez beste, heldu nahi dugun lekura ailegatzeko; txoko batzuk ezagun zaizkigu, eta gustoko; auzo batzuetatik ibiltzen gara, eta beste batzuei buruz ez dakigu deus ere. Gure hiria, auzoa, txokoa, osatzen dugu, hiri, auzo eta txokoen espazialtasun berezkoaren gainetik eta haren ordeiz. Komunikabideen espazioa gure egiten dugun heinean bihurtzen dugu espazio, zentzua emanez erabiltzen dugunari, eta zentzua aurkituz gure erabilpenean. Autoek eta errepideek urrun eta hurbil terminoen esangurak aldarazi dizkiguten moduan, sare digitalek eta Informazio eta Komunikaziorako gailuek, gure espazioaren eraldaketa ekarri dute; edo hobe esanda, teknologia hauen erabilerek eta gizarte praktiken bidez gure espazioa eraldatu dugu, eraldatzen ari gara.

Espazioak eta mugimenduak gure mundu-ulerkeran eta bizi-munduan eragin handia daukate. Europar Batzordeak agindutako *Artisten Mugimendua eta Ikastea* ikerketaren txosten europearrean ¹¹⁴ artista bisual eta eszenikoen nazioarteko mugikortasun kontakizunak jasotzen dira, berauek bizitza osoko ikasketarekin lotu ahal diren ala ez aztertzeke (Amilhat Szary et al., 2010). Bertan, artistek argiro jasotzen dute espazio eta lekuaren ulerkera bera mugikortasun esperientziak berak baldintzatzen duela, “Ez du soilik

¹¹³ “We inhabit physical and virtual space in specific ways, to specific ends, employing different forms of audio, textual, and visual virtual co- presence based on the situation we find ourselves in: if I am sitting on the bus, please text me on my phone, if I am in a boring meeting at work, send me an instant message through AIM, if I am in the car, try calling me on wireless. We turn to the Internet for information when necessary or turning it off as need be.”

¹¹⁴ <http://www.encatc.org/moving-and-learning/>

artistak ingurunearekin duen harremana bilakatzen, harreman horrekiko kontzientzia handiarazten du. Artista, interfaze anitzen baitan mugitzerakoan, muga ezberdinak zeharkatzera zuzendua da ” (Amilhat Szary et al., 2010: 41)¹¹⁵.

Artista bisual eta eszenikoen mundu ulerkera sarri berezia izan daitekeen arren, hausnarketak herritar soilarentzako aplikazioa izan lezakeelakoan nago. Ingurune fisikoan ematen diren aldaketek eragina dute, noski, ikasketa, ulermen eta sormen prozesuetan; baina, txostenean jasotzen den bezala, sarri ikasketa ez dator soilik leku aldaketatik bertatik, baita lekuen arteko harremanetik ere. Mugitzea, zentzu horretan, ez da horrenbeste espazio fisikoaren edo kanpo paisaiaren koordinatuetan aldaketa ematea, barne paisaian gertatzen den aldaketa baino. Jasone Miranda Bilbao artista bilbotarrak esan bezala: “. arteak eta bidaiak, biek dute gu aldatzeko gaitasuna (.): espazio eta denbora apurketak sortzeko eta gure hautemateko gaitasuna handitzeko, gure gauzen esperientzia maximizatzeko” (Amilhat Szary et al., 2010: 43)¹¹⁶.

Zentzu horretan, gogora ekartzekoa da halaber, Gaston Bachelard eta Maria Jolasek berreskuratutako Rilken ahapaldia: “Gizabanako bakoitzarengandik espazio bakana, espazio intimoa zabaltzen da mundura” (Bachelard & Jolas, 1994: 42)¹¹⁷. Esperientzia, orokorrean, eta aisiazko esperientzia zehazki kontuan hartuko dituen hurbilketa humanistak, modu bertsuan, espazio intimo honen aitormena zor dio telebistaren ikus-entzuleari, haren telebistarekiko harremanak ez baitira adiera bakarrekoak, eta ez baitira agortzen pantailaren aurrean, berau piztuta dagoen aldian. Telebista gure eguneroko espazioaren zati eta egituratzaile dela onartu arren, ezin esan dezakegu toki bakan bat okupatzen duenik, aparailu elektronikoak etxeko egongelan hartzen dituen zentimetro kubikoez aparte.

Bestela esanda, telebistak pertsonen bizitzan eta aisialdian hartzen duen lekua ulertzeko ez da nahikoa beronen kokapenaren koordinatu objektiboetan gelditzea, barne paisaiari ere erreparatu behar zaio, ikus-entzuleek telebistarekiko harremanean osatzen dituzten esanahiak, eta haien harremanetan telebistari ematen dioten esangurari buruz galdetzeko.

Komunikabideen eta telebistaren ulermenean sakontze aldera espazioaren figurarekin jarraituz, bi ikuspegi aurkeztuko dira ondoren: espazio mediatikoa eta komunikabideen paisaia, hurrenez hurren.

¹¹⁵ Not only does it transform the relationship of the artist to its environment, but it also makes he/she more conscious of it. The artist, who moves acts on various interfaces, is led to multiple crossings.

¹¹⁶ “...both art and travel have the power to change us (...): to create space and time disruptions that increase our ability to perceive, maximizing our experience of things.”

¹¹⁷ “Through every human being, unique space, intimate space, opens up to the world.”

2.1.1. ESPAZIO MEDIATIKOA

Gizakiak modu askotara ulertu izan du espazioa. Oro har, materia existitzen den eta objektu eta gertakariak elkarren arteko posizio erlatiboak dituzten hedapen mugagabe bezala, edo objektu hautemangarriak betetzen duten zatia bezala ulertu izan da, existentzia oro gertatzen den edukitzaile gisa hartuz.

Masa-gizartean hedabideek eurek espazio propioa osatu dutela argudia daiteke, eta, zentzu horretan, espazioak komunikabideekiko harremanaren metafora emankor gisa ere balia daiteke haien izaera eta jarduna argitzeko, *Telebistaren Irakurketaren Hurbilketa Espaziala* artikuluan saiatu bezala (Landabidea Urresti, 2009a: 110). Helburu horrekin, interesgarria da espazioaren filosofiaren inguruan historian emandako eztabaidak irudikatze aldera, lan honetara bi kasu adierazgarri ekartzea: Leibniz eta Newton fisikarien arteko tirabira izango da lehenengoa, eta giza ikusmenaren inguruko igorpen eredua eta tartean-sartze ereduaren arteko ezberdintasuna bigarrena.

Geroragoko azterketetan “erlazional” izendatu zen ulerkera batetatik Gottfried Wilhelm Leibnizek espazioa objektuen arteko harremana bezala definitu zuen. Hartara, Leibnizentzat espazioa ez da objektuetatik at existitzen den, edo objektuak bere baitan hartzen dituen osotasun apartekoa izango, baizik eta objektuen arteko posizio eta harremana bera. Honela adierazten du Samuel Clarke-i idatzitako gutunean, espazio berezkoaren ideia gogor kritikatzuz: “Frogatu dut espazioa ez dela gauzen existentziaren ordena baizik, elkarrekin existitzen direla ulertuta; espazio huts mugagabearen osotasunean aurrera mugitzen doan unibertso material mugatuaren fikzioa ezin da onartu.” (Leibniz, Clarke, & Ariew, 2000: 42)¹¹⁸.

Hortaz, Leibnizen espazioaren kontzeptua entitateen arteko harremanen abstrakzioa da, unibertsoa osatzen duten elementuen arteko posizioen multzoa, eta ez dago espazio hutsa bere horretan aztertzerik: soilik objektuen (planeten, izarren.) eta haien arteko posizioen bidez ezagutu dezakegu espazioa. Zuhaitzaren eta etxearen *artean* kilometro bat dagoela esan dezakegu (edo 0,621 milia), edo badakigu apal horretan hogeit bat *libururentzako* lekua dagoela, edo orrialde honetan laurehun bat *hitzetarako* lekua dagoela, ez gehiago.

Leibnizen ulerkeran, objekturik gabe ez dago eta ezin da egon espaziorik, objekturik gabeko hutsunea ez baita espazioa, hutsa baizik. Isaac Newtonek, ordea, oso bestelako ulerkera espazial bat agertu zuen, harentzat espazioa ez baita abstrakzio kontingente bat, objektua

¹¹⁸ “I have demonstrated that space is nothing but an order of the existence of things considered as existing together, so that the fiction of a finite material universe moving forward as a whole, in an infinite empty space, can't be admitted.”

eta materiarengandik existentzia autonomoa eta independentea duen entitatea baizik, denbora bera bezala. Posizio horri substantzialismo deitu izan zaio gerora, espazioaren izaera absolutua azpimarratzen duelako, Leibnizek aipatzen zuen objektu eta posizioen neurketa erlatibotik bereizteko. Hartara, objektu (edo subjektuen) arteko posizio erlatiboak alda daitezke eta aldatzen dira, konfigurazio ezberdinak hartuz, baina benetako espazioak - espazio matematikoak, benetako espazioak- bere horretan dirau, kanpoko ezerekiko harremanik gabe.

Gogor kritikatu zuen Newtonek Leibnizen erlazonaltasuna *Philosophia Naturalis Principia Mathematica* lanean. Fisikari eta teologo ingelesaren ustez, bigarren batek lehenengo bat jarraitzen duen moduan, urte batek hamabi hilabete ditu, eta ziurtasun osoz jakin dezakegu harreman bat dagoela (eta ez beste) atzo eta gaurren artean, espazioaren atalek haien lekua dute. Horrela, toki bat bere burutik kanpora mugitu daitekeela aintzatestea absurdoa da:

Denboraren zatien ordena aldaezina den bezala, hala da espazioaren zatien ordena ere. Zati hauek haien lekutik mugitzen direla suposatuz gero, (hala adieraztea zilegi bada) beren burutik mugituko dira. Denbora eta espazioak, nolabait esatearren, beraien eta beste gauza guztien tokiak baitira. Gauza oro kokatzen da, denboran, segida-ordenean eta espazioan, kokapen ordenean. Haien izaeran edo naturan datza lekuak izatea, eta gauzen aurreneko lekuak mugigarriak izatea absurdoa da.¹¹⁹ (Newton, Motte, Cajori, & Crawford, 1934: 8)

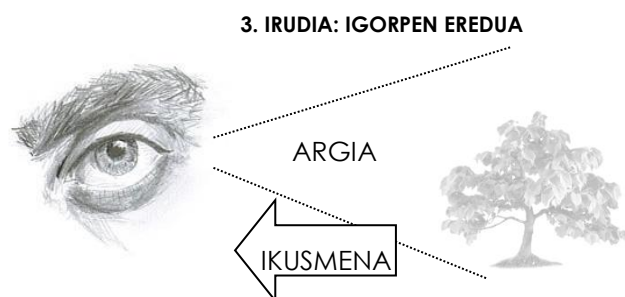
Newtonen ustez, espazioa eta denbora funtsezko kantitateak dira, ezin dira beste kantitateen bidez definitu, eta existentzia independentea dute erabat materiaren eta munduko gertakarietarako. *De Gravitatione* lanean, Newtonek urez betetako kuboraren esperimentu ezaguna azaldu zuen, biratzeari utzi dion ontzi batean urak agertzen duen jokaera aztertuz espazioaren ulerkera erlazionalaren aurka, eta Espazio Absolutuaren ideia frogatzeko.

Leibniz eta Newtonen espazioaren ontologiari buruzko kontrako planteamenduek komunikabideen eta ikus-entzuleek komunikabideetarako duten harremanen inguruko galdera interesgarriak ahalbidetzen dituzte. Izan ere, nolakoa da komunikabideek eta ikus-entzuleek osatzen duten espazio mediatikoa? Espazio fisikoa ez bezala, espazio mediatikoa ez da, aurreko atalean ikusi bezala, esparru objektiboan ahitzen. Subjektuek, hartzaileek (ikus-entzuleek, irakurleek, entzuleek.) parte hartzen duten heinean, entitateen arteko (komunikabideen eta haien testuen, adibidez) neurketa objektiboak ez du unibertsoaren

¹¹⁹ "As the order of parts of time is immutable, so also is the order of the parts of space. Suppose those parts to be moved out of their places, and they will be moved (if the expression may be allowed) out of themselves. For time and spaces are, as it were, the places as well of themselves as of all other things. All things are placed in time as to order of succession; and in space as to order of situation. It is from their essence or nature that they are places; and that the primary places of things should be movable is absurd."

osotasuna azaltzeko gaitasunik. Ezin esan dezakegu telebista programa baten bi milioi ikusleak (datu bat ematearren) horregatik kilometro batera edo bira daudenik, edo norantza batean edo bestean abiadura honetan edo hartan mugitzen ari direnik. Ezin dugu, halaber, ikustea ikuspuntu edo angelu zehatz batetatik egiten denik zehaztu, ez behintzat ikus-entzuleei galdetu ezean.

Espazio mediatikoa, hortaz, Newton eta Leibnizen espazio objektibotik (erlazonala zein sustantziala) bereizten da, jardulea jarduera bezain garrantzitsua bihurtzen den heinean, edo, bestela esanda, posizioaren zentzua posizioa bera bezain garrantzitsua den heinean. Esanahiak subjektuen jarduera soziala egituratzen duenez, espazio mediatikoak ezinbestez egin behar dio lekua bere baitan. Espazioaren izaera une batez utzi eta optikaren eremura igarota, Aristoteles, Platon edo Euklides bezalako aro klasikoko pentsalarien esanetan, edo Ptolomeo greziar astronomoaren ustetan *igorpenaren eredua* zen giza ikusmena azaltzeko eredu naturala (Aristoteles, 2007; Lindberg, 1981). Eredu horren arabera, giza begiak “barne su” batek eragindako argia igortzen du objektuekiko, horrela ikustea ahalbidetuz. Ikusmena bera, hortaz, begiak igorritako partikulek objektuaren kontra jo eta errebotatu ostean gertatzen da, objektua bera ikusgarri eginez. Ezer gutxi behar zuen gizakiak ikusi ahal izateko: begia, batetik, eta mundua, bestalde, ikus-objektu bezala. (ikus 3. Irudia).



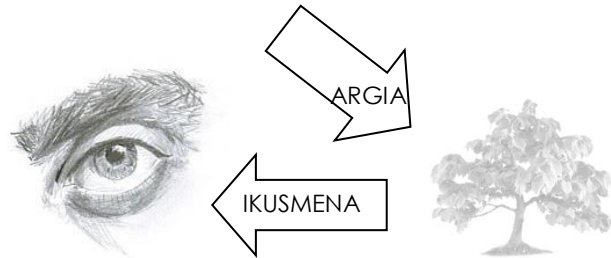
Iturria: Norberak egina. (Landabidea Urresti, 2009: 110)¹²⁰

Alhazen edo Abu Ali al-Hasan Ibn al-Haitham (الهيثم بن الحسن علي أبو) arabiar fisikari eta matematikariak irauli zuen lehen aldiz igorpenaren eredua, “tartean sartzearen” eredu berria proposatuz. Giza begiari argia igortzeko gaitasuna ukatu zion persiar zientzilariak, eta hartzaile hutsaren papera eman zion ikusmenaren prozesu osoan (Lindberg, 2003: 390). Hori dela eta, Alhazenen ereduan giza begia ezinbestekoa bada ere ikusmenerako, ez da jada berez nahikoa, kanpoko argi iturria beharrezkoa baitu ikusi ahal izateko.

¹²⁰ Irudien iturria: Flickr. (CC BY 2.0)

Argi iturririk gabe, begiak ez du objektuak ikusterik. Aurretik ere eginak zitzaizkion ñabardurak eta kritikak igorpen ereduari¹²¹, baina Alhazenen tartean sartzearen ereduaren proposamenak ekarri zuen behin betiko apurketa aurreko ereduarekiko.

4. IRUDIA: TARTEAN SARTZEAREN EREDUA



Iturria: Norberak egina. (Landabidea Urresti, 2009: 110)

Alhazenen lanak bigarren ondorio garrantzitsu bat ere ekarri zuen, giza begiari ordura arte onartutako burujabetasuna zalantzan jartzea, barne-sudun argi-igorle izatetik argiaren hartzaile hutsera igaroaraziz, eta distantzia edo tamaina bezalako informazio espaziala eskaintzerako orduan begiaren esperientzia eta eskarmentuak duten garrantzia erakustea (M. Smith, 2005).

Hartara, begiak hautematen duena eragile askoren menpe legoke, hartzailearen beraren ingurua eta subjektuaren beraren esperientzia tarte. Pasarte honetan bi ereduak azaltzeko erabili ditugun irudiek, adibidez, irakurlearen aldetik prestakuntza eta esperientzia behar dute, irudiok giza begiarekin eta zuhaitzaren adieraziekin lotu ahal izateko. Zuhaitzaren irudia zuhaitzaren adierazpen bezala identifikatzeak deskodeketa jakin bat eskatzen du, irakurlearentzat erraza eta naturala gerta daitekeena, baina hala ere eraikia eta ikasia dena. Stuart Hallek aipatzen duen bezala:

Kode batzuk, noski, hizkuntza, komunitate edo kultura batean hain banatuta egon daitezke, eta hain adin txikietatik ikasita egon, ezen irudi lezake ez daudela eraikita – zeinua eta adieraziaren arteko artikulazioaren eragina- baizik eta “naturalki” emanak. Horrek ez du esan nahi kodeek eskuhartu ez dutenik, alderantziz, kodeak sakonki naturalizatu dira. (Hall, 1980: 121)¹²²

¹²¹ Ikus adibidez Enpedoklesen igorpen ereduaren aldaera, non begiak igorritako partikulek argiaren partikulekin elkarrekintzan eragiten zuten ikusmenaren fenomenoak.

¹²² “Certain codes may, of course, be so widely distributed in a specific language community or culture, and be learned at so early an age, that they appear not to be constructed - the effect of an articulation between sign and referent - but to be ‘naturally’ given. However, this does not mean that no codes have intervened; rather, that the codes have been profoundly naturalized.”

Hautematea subjektuak, aktoreak berak bitarteko duen komunikabideari eskaintzen dion esangura eremuaren arabera egituratzen, eta berau txertatua dagoen testuinguru sozialean oinarritzen denez (Callejo, 1995), mezuaren esangura subjektuaren bizi-koordinatuetatik abiatuko da beti. Aisiaren ikuspegitik, komunikabideen espazioa edo espazio mediatikoa etengabe eraikitzen den errealitatea da, non unibertso horretako entitateek euren burua ordezkatzan duten eta beste entitateei esangura erantzen dioten, amaierarik ez duen prozesu batean. Alhazenen *tartean sartzearen* ereduak giza begia protagonista bai, baina aktore bakarra ez dela gogoratzen digu, eskarmentuaren garrantzia azpimarratuz hautemateko prozesuan. Leibnizen eredu erlazionalak berriz nolabaiteko konplexutasunerako itxaropena eskaintzen dute globalizazio eta uniformizaziorako joera agertzen duten komunikabideen forma kulturalen aurrean.

Espazioaren ontologian eta epistemologian, bai fisika klasikoan nahiz kuantikoan, eraldaketak eman badira, komunikabideek espazioaren ulerkera eta giza espazio soziala goitik behera aldatu dituztenaren gainean ere ez dago zalantzarik. Izan ere, espazio fisikoarekiko harremanean komunikabideak bitartekari diren heinean, espazio mediatikoan bizi garela argudia daiteke. Paddy Scannell irati eta telebistaren ikertzaileak jaso bezala, “Gertakari publikoak orain aldi berean bi leku ezberdinetan gertatzen dira: gertakariaren tokian bertan, eta berau ikusi eta entzuten den lekuan” (Scannell, 1996: 76).

Horrela, komunikabideak bitarteko eta bitartekari dira bi gertakizunen artean. Bi espazio horien aldibereko existentzia bera posible egiten dute (behintzat gertakariaren berri duten ikus-entzuleentzat), eta, horrela, gertakari publikoak bi aldiz gertatzen direla esan daiteke: gertatzen direnean, eta komunikabideetan gertatzen direnean. Heppék, alde horretatik, komunikabideen “espazio nozionalari” egingo dio erreferentzia (Hepp, 2010), non gizarte aktoreek (bai norbanakoek bai taldeek) jarduten duten, jazoeren inguruko errealitateari buruzko gakoak elkartrukatuz, informazio eta ezagutzaren sorkuntza, banaketa, trukaketa eta hartzea oinarri duen espazio modu berri batean.

Ezen, eragilearen garrantzia ezin da gehiegi azpimarratu; komunikabideak eta kanalak garrantzizkoak diren arren espazio mediatikoa zerbait bada, gizakiak partehartutako zerbait da, bai testuen ekoizpen eta banaketan, baita hauen hartze eta hautematean ere. Zerikusi gutxi agertzen du Newtonen espazio absolutu ikaragaitzarekin, eta gehiago hurbiltzen da Ecoren gerrillari semiologikoen oihanera (U. Eco, 1986), non hartzailearen arabera den esanahia. Gertakizuna, hortaz, birritan ematen da gutxienez: bere horretan, eta hartzaileak hartzen duenean.

Couldry eta McCarthyk Fiona Allonek ere abiapuntu hartuko duen *MediaSpace* izeneko eremu kontzeptuala luzatzen dute izen bereko lanean, espazio eta lekuaren ideiak erabiliz komunikabideekin dugun eguneroko esperientzia azaltzeko (Couldry & McCarthy, 2004). Autoreen ustetan, komunikabideak –batez ere komunikabide elektronikoek- eta gure espazioaren ulerkera moldatzen duten prozesu sozialak “fenomeno aliatuak” (allied phenomena) dira, eta osotasun espaziala eraikitzen dute:

Komunikabide elektronikoek gure eguneroko espazioak, geroz eta gehiago, beste lekuen irudiekin eta beste espazioen ordenekin (alegiazkoak zein errealak) saturatzen dituzten heinean, geroz eta zailagoa da espazio sozial bati buruzko istorio bat kontatzea komunikabideen istorio bat kontatu gabe, eta alderantziz. (Couldry & McCarthy, 2004: 1)¹²³

MediaSpace edo espazio mediatikoaren kontzeptuak espazio modu bitxi, dimentsio aniztun bati egiten dio erreferentzia. Alde batetik, erabat materiala da, ekonomiaren eta ingurune fisikoaren gorabeheren mende dauden objektu fisikoz osaturik baitago: hargailuak, pantailak, kableak, zerbitzariak, antenak, igorgailuak. Bestetik, ordea, existentziaren plano materialetik at dagoela dirudi, irudia errealitatearen aurkako ideia bezala harturik, eta espazio birtualarekin lotzen da, “komunikabide elektronikoek gorputzaren, lan eta aisiazko lekuen, ingurunearen fisikotasunetik aske dagoen esperientzia” (Couldry & McCarthy, 2004: 2)¹²⁴ sortzen dutelakoan.

Ameriketako Estatu Batuetan, Brasilen, Hego Korean, Herbehereetan edota Finlandian biztanleriak denboraren gehiena komunikabideak erabiltzen igarotzen duela eta komunikabideen aldibereko kontsumorako joera igotzen doala ikusita, Mark Deuze beste kontzeptu bat proposatzen du: *media life*, edo komunikabide bizitza (Deuze, 2011). Komunikabide bizitza hau espazio mediatikoaz eta Sam Inkinen (Inkinen, 1998), Alex de Jong eta Marc Schuilenburg (De Jong & Schuilenburg, 2006) edota Roger Silverstone-en (Silverstone, 2007) “mediapolis”-az haratago doa.

Greziar hiri-estatuan inspiratutako mediapolisak espazio publiko erabat bitartekatua deskribatzen du, non komunikabideek eguneroko esperientziak eta adierazpideak oinarritu eta astintzen dituzten aldi berean. Deuzeren ustez aldiz, komunikabideak eguneroko bizitzan eragiten duten kanpoko eragileak, edo eguneroko bizitzaren hondoko irudia (edo zarata), gure hiria bera baino zerbait gehiago dira: komunikabideen erabilerak eta berjabetzeak

¹²³ “As electronic media increasingly saturate our everyday spaces with images of other places and other (imagined or real) orders of space, it is ever more difficult to tell a story of social space without also telling a story of media, and vice versa.”

¹²⁴ “.. as it is premised on the idea that electronic media create an experience unmoored from the physicality of the body, of work and leisure spaces, of the environment.”

eguneroko bizitzaren alde guztietan sartzen dira, eta, hartara, ia ikusezinak bihurtzen zaizkigu:

Komunikabideak sarkorrak eta nonahikoak bilakatzen doazen heinean, gure egunerokotasunaren kategorien (publikoa eta pribatua, tokian tokikoa eta globala, norbanakoarena eta guztion artekoa) nahasketa amaigabearen eraikin-blokeak eraikiz, ikustezinak bihurtzen dira – nolabait, Friedrich Kittlerrek iradokitzen duen bezala, gure bizitza gehien taxutzen duenarekikoitsu bihurtzen gara. (Deuze, 2011: 1)¹²⁵

Hortaz, Mark Deuzen ustez paisaia mediatikoaren zati bat (osoa ez bada) ikusezin zaigu. Marshall McLuhan komunikabideen pentsalariak ere antzerako ideia bat defendatu zuen Playboy aldizkariak egindako elkarriketan: “ (...) gizakia haren aurretik egon den inguruaz bakarrik ohartzen da kontzienteki; bestela esanda, beste ingurugiro batek ordezkatua izan denean bakarrik bihurtzen da ingurugiro bat ikusgarri; beraz beti gaude pausu bat atzerago gure mundu ikuskeran” (McLuhan, 2008)¹²⁶. Ikuspuntu horretatik, telebista azertu eta ulertzeko une egokian gaude, telebistaren izaera eta funtzio tradizionalak neurri handi batean igarobidean, ordezkatzeko prozesuan baitaude¹²⁷.

Edozelan ere, espazioaren eta harreman espazialen inguruko kontzeptuek zalantzan jartzen dituzte komunikabideen izaerari buruzko ideiak. Hasteko, Lefebvrek jaso bezala, “Naturaren espazioa ez dago antzeztuta” (Lefebvre, 1991: 73)¹²⁸, muino bat ez da sortzen norbait begira duelako, edo norbait bertara igo dadin. Espazio naturala, komunikabideen bitartekaritzaz posible egindako espazioa ez bezala, ezin esan dezakegu ekoiztua izan denik, sortua baino. Espazio mediatikoa, espazio soziala bezala “eragiketa-sekuentzia eta multzo baten ondorioa da, eta, hortaz, ezin da objektu soilaren mailara murriztu” (Lefebvre, 1991: 73)¹²⁹.

Espazio fisikoa eta espazio mediatikoa ezberdinak dira, eta ezin aurki dezakegu simetria perfekturik bi errealitateen artean. Hala ere, espazioaren inguruko hausnarketak landutako kontzeptuek komunikabideekiko osatzen ditugun harremanei eta berauekiko gure egunerokotasunean bizi ditugun aisiazko esperientziei buruz pentsatzeko esparru aberatsa eskaintzen digute. Kontzeptu horietarikoa da paisaiarena.

¹²⁵ As media become pervasive and ubiquitous, forming the building blocks for our constant remix of the categories of everyday life (the public and the private, the local and the global, the individual and the collective), they become invisible – in the sense that, as Friedrich Kittler suggests, we become blind to that which shapes our lives the most.

¹²⁶ “...man is only consciously aware of the environment that has preceded it; in other words, an environment becomes fully visible only when it has been superseded by a new environment; thus we are always one step behind in our view of the world.”

¹²⁷ Ikus Komunikabideen bateratzeari dagokion atala.

¹²⁸ “Nature’s space is not staged.”

¹²⁹ “It is the outcome of a sequence and set of operations, and thus cannot be reduced to the rank of a simple object.”

2.1.2. KOMUNIKABIDEEN PAISAIA

Ohikoa da gure garaiko aldaketa teknologiko eta sozialei orokorrean, eta Komunikazio eta Informazio Teknologiei buruz zuzenean aritzerakoan, komunikabideen paisaiari buruz entzun eta irakurtzea. Komunikabideen paisaiari buruzko erreferentziak eta horrekiko ardurak asko eta askotarikoak dira diziplina anitzetan. Alta, zehaztasun handiegirik gabe erabili ohi da kontzeptua, unean uneko komunikabideen konfigurazio edo testuinguruaren zentzuan, paisaia terminoak berezkoa duen aberastasunean gehiegi sakondu gabe. Paisaia berbaren esanahietan une batez gelditzea merezi duelakoan bereziki aproposa da espazio mediatikoaren inguruan gogoeta egitea. Hasteko, komunikazioaren esparruko ikerketetan paisaia hitzak hartu dituen forma batzuk gogora ekartzea komeni da.

Hay eta abarrek “Ikus-entzuleak eta beren paisaiak” izendatzen dituzte audientzia ikerketen eremuan kokatzen den lanean (Hay, Grossberg, & Wartella, 1996), Jonesek hizkuntza gutxituen paisaia aldakorra aipatzen du tokiko telebisten historia aztertzerakoan (Jones, 2008), komunikabideen paisaia aldakorrean egunkari eta prentsa idatziaren orainaz eta geroaz hausnartu du Boozek (Booz, 1989), osasun munduaren inguruko komunikaziora ekarri dituen aldaketez ere aritu dira Parker eta Thorson (J. C. Parker & Thorson, 2009), eta publizitatearen industriak komunikabide paisa berrian dituen arazo eta aukerez ohartarazten du Springerrek bere Iragarkiak ikonoetara lanean (Springer, 2007). Susan Ossmanek ere ohartaraziko digu “komunikabideak behin eta betiko mapetan kokatuta genituela uste genuen paisaiei itxura berriak ematen ari”¹³⁰ zaizkiela (Ossman, 2004: 115), eta Kotkinek ere sare digitalek Ameriketako Estatu Batuen paisaia fisikoarengan izango omen duten eragina du aztergai bere Geografia Berria-n (Kotkin, 2001).

Aisia Humanistari dagokionez, paisaia bi eratara ulertu izan da batez ere. Lehenengo eta behin, zaindu eta gorde beharreko altxor bezala, pertsona bere muinean duen aisia iraunkor baten alde eginez: “Proiektu bat non pertsona izango den politikaren, zientzien garapenaren, gure jarduera publiko edo pribatuaren helburu (...) Ingurune eta paisaiarekin begirunetsua den Aisia, behar dugun humanismo integral eta unibertsalaren parte den Aisia”¹³¹ (Cuenca Cabeza, 1997: 13).

Bigarren adierak aisiaren ekologia eta ingurumen-dimentsioa¹³² azpimarratzen du, paisaia giza gozamenerako esparru gisa harturik: “naturan eta naturaren aldeko aisiak gure ingurura

¹³⁰ “...the media are reshaping the landscapes we thought we had mapped once and for all.”

¹³¹ “Un proyecto en el que la persona sea la meta de la política, del desarrollo de las ciencias, de nuestra acción pública o privada. Un proyecto que permita una seria reflexión y una posterior renovación jurídica, política y moral en lo que sea conveniente. Un Ocio respetuoso con el entorno y el paisaje, un Ocio que forma parte del nuevo humanismo integral y universal que estamos necesitando.”

¹³² Ikus aisiaren dimentsioak, aurreko atalean.

hurbildu eta bertara itzultzen gaitu. (.) Aldi berean paisaiaren edertasunaz eta naturaren soinetaz gozatzea ahalbidetzen digu, baita beste izaki bizidunen bizitzan parte hartzea ere.”

¹³³ (Setién Santamaría, 2000: 33: 33). Antzerako gozamenerako objektu bezala hartuko da paisaia aisiazko esperientziaren oinarri gisa Amigo Fernández de Arroyaberen aisiaren estetikari buruzko azterketan: “Esperientzia askok atseginezko egoera bat izango dute ezaugarri, zeinak gustura egonaraziko gaituen paisaia baten aurrean, edo gure begirada harrapatzen duen inguru batetik paseoan”¹³⁴ (Amigo Fernández de Arroyabe, Maria Luisa, 2008: 111: 131).

Hortaz, paisaiak aisiarako duen garrantzia, eta aisiak paisaiarekiko duen ardura ez dira gai berriak Aisiazko Ikaskuntzetan. Berriagoa da, hala ere, paisaia kulturalaren baitan komunikabideen paisaiari buruz jardutea eta esparru horretan aisiak izan dezakeen zeresana aztertzea. Horretan laguntze aldera, atal honetan paisaiaren adiera nagusiak aztertuko ditugu atal honetan, komunikabideen eta telebistaren ondorio sozial eta pertsonalen ulermenean lagun dezaketen heinean.

Hasteko, gogora ekartzeko modukoa da sarri eta modu askotara iradoki izan dela Bignellek jasotzen duen bezala “telebistaren paisaia izugarri aldatu” dela “azken urteetan, eta aldaketa garrantzitsuak gertatzen” ari direla orain ere. (Bignell, 2008: 34). Zentzu horretan ondorioztatuko du autore berak “XXI. mende hasieran telebista ikertzea kultura eta gizartea lehenaldian, orainaldian eta etorkizunean ulertzeko parte zorrotz bezain garrantzitsua”¹³⁵ dela. Paisaiak, hortaz, forma multzo edo konfigurazio zehatz, konkretu baten adiera hartzen du. Espainiar Erret Akademiak jasotzen duen “toki batetik ikusten den lurralde zatia”-ren zentzuan (Real Academia Española, 2011b)¹³⁶. Antzerako asmoz ari da Anna McCarthyk “etxetik kanpoko telebista” aztertzerako orduan eguneroko paisaiarengan duen eragina aztertzerakoan taberna, aireportu, itxarongela edota zentro komertzialetan, telebistak espazio publikoa eta beronen ulerkera bera eraldatzen duela ondorioztatuz (McCarthy, 2001). Gure ikuspuntutik, telebistaren forma garaikidea eta beronek osatzen duen espazio mediatikoa, aldatzen ari dira.

Paisaiaren kontzeptua, beraz, kultura eta gizartearentzat eta hauen ikerketarentzat garrantzitsua dela ondoriozta dezakegu, kultura eta gizartea paisaiarentzat garrantzitsuak

¹³³ “El ocio en la naturaleza y en pro de la naturaleza nos acerca y nos devuelve a nuestro medio. (..)A la vez, nos permite disfrutar de la belleza del paisaje y de los sonidos naturales, así como participar de la vida de otros seres vivos.”

¹³⁴ “Muchas experiencias se caracterizarán por un estado de complacencia que nos hace sentirnos a gusto ante un paisaje o un paseo por un entorno que cautiva nuestra mirada.”

¹³⁵ “The television landscape has changed enormously in the last fifty years, and more important changes are happening right now. Studying television in the early twenty-first century is a demanding but important part of understanding culture and society in the past, present and future.”

¹³⁶ “1. m. Extensión de terreno que se ve desde un sitio.”

diren neurri berean. Paisaia hitzak gizakien eta horien ingurunearen, eta gizartea eta espazioaren arteko harremanari buruzko zenbait uste hartzen ditu bere baitan (Cosgrove, 1985: 46), eta, hori dela eta, ezinbestekoa da kontzeptuaren inguruko berrikusketa. Izan ere, zer da, baina, paisaia zehazki, eta zein adiera izan dezake komunikabideak eta telebista aztertzerakoan?

Ikuspegi geografikotik paisaia edo inguraldea toki jakin batetatik ikusten den lurralde zatia da: elementu geografiko (landa-paisaia) edo gizakiek eraikitakoek (hiri edo herri-paisaia) osatutako forma multzoa. *Mediterranean Paisaiaren Gutun*-ean (Abellán & Fourneau, 1998: 333-336) paisaia norbanako eta gizarteek espazioan eta denboran faktore sozial, ekonomiko eta kulturalak gehiago edo gutxiago modelatutako lurralde batekin duten harreman sentikorren agerpen formala bezala definitzen da, hartara giza ondarearen baitan kokatuz finean ezaugarri natural, historiko, funtzional eta kulturalen konbinaketa dena. Luis Vicente Elías Pastorrek, gainera, paisaia kulturala gizakiaren eta ingurumenaren arteko elkarrekintzen agerpen dinamiko eta konplexu gisa bereizten du. (Elías Pastor, 2006: 97).

Konbinaketaren ideia bera landu du San Salvador del Vallek, “Aisiaren Politikak” lanean: “Planoa, hiriaren nortasunaren isla bezala, biztanleek haien existentzia ulertzen zuten modu eta eren isla da. Lauki formak, zentrokideak, irregularrak eta abar eraikitze eta eraikuntza prozesuen, lurzorua erabileraren eta ondoriozko paisaien fruitu dira. (San Salvador del Valle Doistua, Roberto, 2000: 41)¹³⁷. Elías Pastorrek paisaia eta argazkia bereiztuko ditu, denbora eta espazioen arteko konbinaketaren ideia nabarmenduz (Elías Pastor, 2006: 97):

Paisaia ez da bisitariak ikusten duena; hori irudia da, argazkia. Berau lurralde horretan bizi diren osagai natural zein gizatiar guztien artean ematen diren elkarreragin guztiekin bete behar dugu, eta, gainera, denboran zehar ulertzeko gai izan behar dugu, ondoz ondoko prozesu jarrai bezala. Horregatik, paisaia lurralde baten kultura azaltzen digun dokumentua da, bilakatzen duten herrien bizitzaren agerpen geografiko bezala.

Bereziki emankorra da Elías Pastorren pasartea lan honetarako, lurraldea eta beronen irudia, dokumentua eta honen irakurketa uztartzen baititu definizio berean; komunikabideen paisaia hobeto ulertzeko gakoak diren kontzeptuak.

Behin paisaiaren osagai ezberdinak ezagututa, esan beharrekoa da geografoaren nahiz hirigilearen ikuspegitik paisaia entitate integrala dela gogoratzea. Osagai ezberdinez osatzen

¹³⁷ “El plano, como reflejo de la personalidad de la ciudad, es el reflejo de los modos y maneras en que sus pobladores concebían su existencia. Las formas, de cuadrícula, concéntricas, irregulares, etc., son el fruto de los procesos de construcción y edificación, de los usos del suelo y de los paisajes resultantes.”

da, direla naturak emanak edo gizakiak sortu edo eraldatutakoak, eta osagai guztiek elkar harremanean osotasuna egiten dute. Claudio Magrisen ustez ere, toki bat ez da oraina bakarrik, bada baita paisaia gurutzatu eta osatzen duten denbora eta garaien laberinto hori ere (Magris, 2008). “Paisaia tentsioa da” adieraziko du John W. Wylie bere “Paisaia” lanaren sarreran (Wylie. John W., 2007: 1); hurbiltasun eta distantziaren, gorputz eta gogoaren, murgiltze sentzualaren eta behaketa aldenduaren arteko tentsioa. Denis Cosgrove geografo kulturalak paisaia ikustearen eta zentzua ematearen (ordena eta kontrolaren ilusioarekin, alegia) jarduerarekin lotuko du ezinbestez bere definizio klasikoan: “Paisaia, hortaz, ikusteko modu bat da, norbanako ikusleak bereganatu dezakeen munduaren konposaketa eta egituraketa bat, zeinak ordena eta kontrolaren ilusioa eskaintzen dizkion geometriaren ziurtasunen arabeko espazioaren konposaketaren bidez.” (Cosgrove, 1985: 55) 138. Urte batzuk geroago aurreko definizioari hauteman diezaiokeguna areago esplizitatuko du autore berak, Samuel Danielsekin batera:

Paisaia irudi kulturala da, inguruak adierazi, egituratu edo sinbolizatzeko modu piktorikoa (.) parke paisaiatsu bat ukigarriagoa da margolan bat edo olerki bat baino, baina ez da errealagoa, ez du gutxiago irudimenetik. (.) Eta noski, paisaiaren inguruko ikerketa bakoitzak honen esanahia eraldatzen du, beste adierazte kultural geruza bat paratuz honen gainean. (Cosgrove & Daniels, 1988: 1) ¹³⁹

Paisaia bizi garen mundua edo munduari begiratzen diogun agertokia izan, paisaiaren kontzeptuak ezinbestean behar ditu mundua ikusi eta definitzeko modua eta begiradaren kokapena, bai espazioan eta baita denboran ere. Hartara, audientzia edo publikoaren ideari lotzen zaio (Hay et al., 1996), eta espazioa/lurraldea eta perspektiba edo ikuspuntuaren ideia dakartza berarekin paisaiaren kontzeptuak, lurraldearen edo giza bizitokiaren formak hauteman (eta balioetsi) ditzakeen subjektua behar baitu. Bestela esanda, espazioaren formen eta subjektuaren pertzepzioaren arteko harremanean osatzen da paisaia. Wylieren hitzetan, “paisaia ikusia dena eta mundua ‘ikusteko modu’ bezala ulertu daiteke” aldi berean “lurra eta honekiko begirada, biak” ¹⁴⁰ (Wylie. John W., 2007: 55).

Edmund Bunkšsek, geografia humanistaren aldeko eskaeran, subjektua eta objektua, behatzailea eta behatua, artea eta zientzia, *Verstehen* eta *Wissen*, ulermena eta jakintza

¹³⁸ “Landscape is thus a way of seeing, a composition and structuring of the world so that it may be appropriated by a detached individual spectator to whom an illusion of order and control is offered through the composition of space according to the certainties of geometry.”

¹³⁹ “A landscape is a cultural image, a pictorial way of representing, structuring or symbolising surroundings (..) a landscape park is more palpable but no more real, no less imaginary, than a landscape painting or a poem. (..) And of course, every study of a landscape further transforms its meaning, depositing yet another layer of cultural representation.”

¹⁴⁰ “.. landscape can be thought of as both something seen *and* a particular ‘way of seeing’ the world – both the land and the gaze upon it..” Kurtsiba jatorrizkoan.

biak barne hartuko lituzkeen markoa aldarrikatzen ditu (Bunkssé, 1990: 96: 98). Hala behar luke, bereziki, giza komunikazioaz ari garenean. Izan ere, geografia fisikoari arrazionaltasunaren abstrakzioan giza balioak ahaztuta lurraren formen eta mugaketa politiko-administratiboen deskribaketa hutsean geldituta, *Wisse* hutsera mugatzea kritikatu bazaio zer ez eskatu komunikabideen geografia bati: “(.) egia da geografia oso erabilgarri izan zaidala. Begirada batez ezberdindu ditzaket Txina eta Arizona. Norbera gauean galduta aurkitzen bada, ezagutza hau baliotsua da.”¹⁴¹ (Saint-Exupéry & Testot-Ferry, 1995: 5).

Agian Bunksséren espazioaren giza diziplina batekiko erregu bera aplika geniezaioke: “. diziplina gizatiar bat zeinak zerbait duen esateko, ez bakarrik aztergai diren lurraren fenomeno anitzen egitura eta prozesuen inguruan, baizik eta baita paisaia modernoan iraganeko, orainaldiko eta etorkizuneko gizabanakoen egoerari buruz” (Bunkssé, 1990: 96: 99)¹⁴². Hartara, “paisaia kultural ororekiko”, hau da kanpo eta barne paisaiekiko (Bunkssé, 1990: 96: 100) ardura hartzea eskatu beharko litzaioke geografoari zein komunikabideen paisaiarekiko ardura duen ikertzaileari. Ingurune modernoan, haren paisaiak gizakiari eta alderantziz, gizakiak paisaiari, epe laburrean eta ertainean nola eragiten dion galdetzea. Kosmos aldaezin, egituratu eta esanguratsuen galeraren aurrean, lekuaren zentzua eta orientazioa berreskuratzea dira egun geografia humanistaren erronka nagusiak (Bunkssé, 1990: 105), eta horretarako behar-beharrezkoa zaigu kanpo paisaiari ez ezik barne paisaiari ere erreparatzea.

Barne paisaiari dagokion subjektibotasuna, landu izan denean, murriztu eta orokortu beharreko data multzo bezala hartu da geografiatik, zientziaren eredu kartesiarrari jarraiki (Bunkssé, 1990: 96: 104). Hala ere, giza geografia eredu eta metodologia nomotetikoen¹⁴³ aldeko joera berria agertzen ari da, nolabaiteko bira kulturala diziplina geografikoaren magalean, espezifikotasuna eta idiosinkrasia abiapuntu hartuta. Bira horren adierazgarritzat har daitekeen John Wileky paisaia, finean, hiru eratara uler daitekeela jasoko du: estalki edo belo gisa, testu bezala, edo begirada modura (Wylie. John W., 2007: 56).

Komunikabideen paisaiari erreparatuta ere, hiru adiera hauek emankorrak dira. Gogora ditzagun, labur bada ere: Lehenengo adieran, kritikari marxisten lana aipa dezakegu, zeinetan paisaiak, ikusizko adierazpen gisa, errealitatea ezkutatu, opakotu, mistifikatu, okluitu egiten duen. John Bergerren hitzetan, “Batuetan paisaia ez da hainbeste biztanleen bizitzaren ingurunea, baizik eta haien borrokak, lorpenak eta istripuak ezkututzen dituen

¹⁴¹ “(.) it is true that geography has been very useful to me. At a glance I can distinguish China from Arizona. If one gets lost in the night, such knowledge is valuable.”

¹⁴² “.. a humane discipline that has something to say not only about structures and processes of the varied earth's phenomena under study, but also about the human condition-past, present, and future-of individuals in the modern landscape.”

¹⁴³ Ikusi IV. Kapituluaren “Logika ideografikoa eta nomotetikoa.”

errezela”¹⁴⁴ (Berger, 1972: 41). Komunikabideei ere, antzerako zerbait leporatu diezaiekegu, errealitatearekiko hautaketa, adierazpen eta ezkutatze lana burutzen baitute, ezinbestez, haien jardunean.

Bigarren ulerkerak paisaia testu bezala hartzea dakar. Cosgrove eta Danielsek “Paisaiaren Ikonografia” saiakeran paisaiaren belo izaeraren kritika marxistari erronka luzatzen diote, paisaiak ezkutatzen duen errealitatean tematu orde, beronen ehundurak agertzen duen errealitatea aztertzeke. Izan ere, “.kultura orok ehuntzen du bere mundua irudi eta sinboloz”¹⁴⁵ (Cosgrove & Daniels, 1988: 8). Ehundura horrek, Ridellen hirietako tekno-ehundura komunikatiboak barne, geografia kultural kritiko baten aztergai izan behar luke, hortara. Paisaia kritikariaren lana, orduan, ez da horrenbeste estalkia paretik kentzea, baizik eta honen bilbea eta tolesdurak aztertzea, ehundurarengatik ardura hartzea¹⁴⁶ (Wylie. John W., 2007: 70). Komunikabideen esparrura ekarrita, paisaiak testua osatzen badu, testu mediatikoek ere paisaia osatzen dutela ondoriozta dezakegu, ikuspegi honetatik.

Paisaiaren bilbe honek, hortaz, irakurleria, ikusleria behar du, testu bezala jardun ahal izateko; audientzia. Eta horrek paisaiaren hirugarren adierara garamatza, paisaia begiratzeko modu edo begiradatzat hartzen duenera, hain zuzen. Geografiaren “bira kulturalaren” baitan, feminismoaren ekarpenak azpimarratzen ditu Wyliek paisaiaren begirada izatearen garapenari dagokionean (Wylie. John W., 2007: 82-83) eta begirada horren maskulinizazioaren salaketan.

Gillian Rosek, adibidez, paisaia testu bezala hartzearen metaforan gizarte patriarkalaren aztarna ikusten du, ezagutza geografikoa zer den eta zer ez den ezartzerako orduan, edota eremu publiko eta pribatuaren edo kalea eta etxearen arteko ezberdinketetan (Rose, 1993). Aldi berean, mendebaldeko “urrunetiko behaketaren” tradizio zientifikoak geografilariei paisaia testu bezala aztertzeke “objektibotasunezko” begirada bat aurkeztea ahalbidetu eta begirada ulerkera honen maskulinizazioa ezkutatzea salatuko ditu Rosek (Rose, 1993: 88). Begirada objektibotzat jotzeak behatzailearen subjektibotasuna ezkutatzea bilatzen du azkenean. Stuart Hallek jaso bezala, kodeen naturalizatzea¹⁴⁷.

Catherine Nash-ek, salaketa honekin bat egin arren, paisaiaren begirada berrasmatu eta berhartzeko aukera eta beharraren aldeko deia egingo du bere “Ikusmena Berreskuratzu: paisaiari eta gorputzari begira” artikuluan (Nash, 1996: 149):

¹⁴⁴ ““Sometimes a landscape seems to be less a setting for the life of its inhabitants than a curtain behind which their struggles, achievements and accidents take place.”

¹⁴⁵ “.every culture weaves its world out of image and symbol.”

¹⁴⁶ “The task of the landscape critic is no longer to rent the veil asunder, but to search amidst its folds, along the ‘weave’ of its ‘fabric’. To pursue this metaphor even further, what has now become interesting about the veil is no longer its function, but its texture.”

¹⁴⁷ Ikus aurreko atala.

(.) beharrezkoa da haiekin jardutea haien agintea eta plazer eskusiboak hautsi eta ikusizko tradizio eta plazeretan diferentzia, subertsio, erresistentzia eta berjabetzerako aukerak zabaltzeko (.) Paisaiaren eta gorputzaren ikerketan, idazketan edo begiratzearan aurki daitezkeen plazera politikoa da, baina honek ez du haren adierazpen edo ikuspena automatikoki onartezin bihurtzen.¹⁴⁸

Bestela esanda, paisaiaren begirada historikoki patriarkala eta maskulinoa izan bada ere, horrek ez du esan nahi begirada moduan beti parametro horietan operatu beharra duenik. Bada lekua paisaiaren ikerketan, idazketan, gozamenean, bestelako begiradetarako ere. Nashen ikuspegiari helduta, gaineratu genezake badela lekua, komunikabideen paisaiaren metaforatik abiatuta begirada ezberdinak garatu, aztertu eta kritikatzeko.

Paisaiaren belo, testu eta begirada adierak, hirurak zaizkigu erabilgarri eta egoki, komunikabideen paisaiari buruz ekiteko. Eta, gaineratu genezake, adiera hauek egokiak ez ezik ezinbestekoak ere badira, Cosgrovek aipatzen zuen “ikusizko eszena”¹⁴⁹ (Cosgrove, 1985: 46) jada ez baita geomorfologikoa, urbanoa edo arkitekturazkoa bakarrik: komunikabideen bidez jasotzen ditugun ikus-entzunezko edukiek sortua da hein handi batean. Paisaia mediatikoa osagai garrantzitsua, funtsezkoa da agian, gure eguneroko paisaiaren osaketan. Komunikabideen paisaia honek, atalaren sarreran esan bezala, eraldaketa sakonak agertu ditu eta agertzen ari da. Azter ditzagun ondoren eraldaketa hauen ezaugarri eta ondorio nagusiak.

2.1.3. ALDAKETAK ETA HAUSTURAK KOMUNIKABIDEEN PAISAIA.

Behin eta berriro entzuna eta esana dugu masa komunikabideen –eta horien ekoizpen eta kontsumo moduek- eraldaketa garrantzitsuak jasan dituztela aurreko mendean eta gurean. Edukiaren igorpena lineala, sekuentziala zen garaiko paisaia mediatikotik - non euskarri bakoitzari bere edukia zegokion, eta telebistak, irratiak, zinemak, prentsak, bakoitzaren lekua zein zen argi izan zezaketen- gaur egunekora alde handia dago.

Agian interneten agerpenak eta garapen azkarrak eskaintzen digu dena aldatu delako adibiderik argiena, euskarri batzuen eta besteen arteko mugak lausotuz eta idazkera eta irakurkera modu ez-linealak bultzatzerakoan. Komunikabideen paisaiak, XX. mende

¹⁴⁸ “(..) it is necessary to engage with them to disrupt their authority and exclusive pleasures and open up possibilities for difference, subversion, resistance and reappropriation of visual traditions and visual pleasure. Pleasure in research, writing or looking at landscape and the body is political, but this does not render this representation or vision automatically unacceptable.”

¹⁴⁹ “the visible scene.”

amaieran aurretik hartzen zituen formei erreparatzerakoan ia ekidiezina zaigu iraultza digital bat bizi izan dugun sentrazioa.

Internetek komunikabide bezala hartu duen zentraltasunaren eta heldutasunaren zeinu eta froga bezala hartu izan da “2.0 weba” deiturikoa, eta terminoari erantsi zaizkion adjektiboen artean “iraultzailea” da, ziurrenez, errepikatuenetarikoa (Woodell, 2009). 2.0 webak bitartekari teknologikoen bidezko harreman sozialen iraulketa aldarrikatu du, ordena komunikatibo berria –horizontala, norabide anitzekoa eta demokratikoa- marraztuz, non ikus-entzunezko eduki mota guztiek lekua duten, haien sorrerako euskarria delakoa dela (idatzizko testua, bideoa, audioa...). Bestalde, partehartzaile guztiek eskubide berak dituztela aldarrikatu izan dugu, irakurle oro idazle izan daitekeelarik aldi berean, beste komunikabideak elikatu eta beste komunikabideetatik elikatu daitekeen euskarri berri batean.

Hala ere, zilegi da argudiatzea ikusgarria eta azkarra izan den gertakari sozial ororen aurrean “iraultza” berba erabiltzeko tentazioa daukagula, pertsonen egunerokotasunean bene-benetan izan duen esanahiari erreparatu gabe. Ezagun zaizkigu produktu garbigarren, eskuko telefonoen edo bizarra egiteko sistemen iragarkietan halako adjektiboak, eta ez dute, noski, ordena soziala iraultzeko asmorik batere. Iraultza kontsumo gizarteko marka izan da behin eta berriro, ordena aldaketaz mozorrotutako ordenaren jarraipen bihurtu da, alegia.

Egun, 2.0 weba esamoldeak komunikazio digitalaren paradigma berriaren defendatzaileen leloa eta terminoaren gehiegikeriaz nazkatutakoen nekea biltzen ditu. Darcy DiNuccik *Etorkizun Zatikatua* lanean erabili zuenetik (DiNucci, 1999), esapideak aldaera ezberdinak izan ditu. Artikuluan DiNuccik aldi berean euskarri askotan zatikatutako panorama mediatikoan kokatu zuen terminoa, baina O’Reilly Media argitaletxe eta kontsultora amerikarrak beste adiera bat eman zion 2004ko urteroko hitzaldian: software garatzaileen eta erabiltzaileen elkarlanak ahalbidetutako web oinarridun aplikazioena. Kontzeptuaren inguruko polemikak bizi-bizirik jarraituko duen arren, handik aurrera adiera hau izango da ezagunena, “irakurketa hutsezko” web batetik haratago, nolabaiteko partehartzearen arkitekturaren aldeko konpromisoarena hain zuzen (O’Reilly, 2004).

Zein neurritaraino esan dezakegu aldatu dela, aldatzen ari dela komunikabideen paisaia? Norainokoa izan da eduki eta euskarrien bateratze multimediaren eta 2.0 webaren kontzeptuaren iraultza, pertsonen aisiari dagokionez? Izenik gabeko iraultza baten aurrean al gaude, ala iraultzarik gabeko izen baten aurrean? Internet deituriko datu sare interaktibo eta multimediak komunikazioaren jokoaren arauak eta jokalaria aldatu ditu, ala beste merkatu produktu baten paketatze distiratsua besterik ez da 2.0 weba? DiNuccik iragarritako aldibereko zatikatze mediatikoa burutu da jada, batez ere komunikabideen kontsumo ohiturei

dagokienean. World Wide Web edo Mundu Zabaleko Sarea gure etxeetako ordenagailu pertsonaletan ez ezik eskuko telefonoetan, bideojoko kontsoletan eta irakurgailu elektronikoetan ere.

Jenkinsek proposatutako konbergentziaren kultura (Jenkins, 2006) hartze mediatiko gehienen abiapuntu bilakatu da, eta telebista aparailua eta ordenagailuko monitoreak berezko izatea galtzen ari direla dirudi, haien arteko mugak gero eta lausoagoak diren artean, gero eta pantailago bihurtuz. Lipovetsky eta Serroyk honen inguruko hausnarketa ederra eskaintzen dute “Paintaila txikiaren patu sinestezina” atalean zinema, telebista eta gailu eramangarrien arteko harremanen izaera eta ondorioak gogora ekarrita (Lipovetsky & Serroy, 2009: 225):

Zinefilia klasikoak zurrun ezarritako muga zaharrak porotsu bihurtu dira, begibistakoa da. ¿Non hasten da zinema, eta non amaitzen da? Nola jarraitu telebista eta zinema era erradikalean banatzen azken horrek ezin duenean biziraun lehenengoaren hedatzerik gabe, eta frantziar kasuan, telebistaren finantzaketarik gabe?¹⁵⁰.

Paisaia mediatiko berrian plataforma tradizionalen arteko mugak iragazkorrak eta igarokorrak bihurtu dira, eta euskarri eta kanaleen arteko elkarloturak salbuespena baino arau ditugu egun¹⁵¹. Adiera bakarrekoak ziren telebista, pantaila edo tresna beraren terminoak definitzen zailagoak bihurtzen ari dira, ahalmen tekniko berriak garatzen eta erabilera ezberdinak ahalbidetzen doazen heinean. Euskarriak funtzio berriak eskuratzen ari dira, ikusgai denaren gaineko kontrol handiagoa ahalbidetuz (magnetoskopioen *time-shifting* edo programazioaren denboraren gaineko kontrola edo *pay-per-view* edo eduki zehatzen erosketak eta kontsumorako funtzioak adibidez). Kontsumitzen ditugun testuen ordena ez da urrunetik zehazten, hurbiletik baino, telebista edo urruneko ikusmenaren ideia bera zalantzan jarritz.

Telebista aparailua urruneko emankizunen eta norberak aukeratutako edukien aldebereko hargailu digital bihurtu da, norberaren ikus-entzunezko bildumak (oporretako argazkiak, familiako ezkontza baten bideoak zein dvd edo blu-ray bidezko filmak eta telesailak erakutsiz pantailan) eta streaming bidezko edukiak gehituz. Era berean, magnetoskopioek telebistaren denboraren gaineko kontrola eskaini bazioten ikus-entzuleari (programazioarenak ez baizik eta norberarenak ziren kontsumoaldiak zehaztea ahalbidetzerakoan), teknologia digitalen, eta batez ere, interneten garapenak espazioaren

¹⁵⁰ "Las antiguas fronteras rígidamente trazadas por la cinefilia clásica se han vuelto porosas, eso es evidente. ¿Dónde empieza el cine y dónde termina? Cómo seguir separando radicalmente televisión y cine cuando éste no puede existir ya sin difusión ni, en el caso francés, sin financiación televisuales."

¹⁵¹ Ikus hurrengo atala: "Komunikabideen bateratzea."

mugak eraitsi ditu neurri handi batean. Jada ez da beharrezkoa ikustea herrialde bakoitzeko telebista kateen emankizunetara mugatzea. Komunikabideen adierazleek sarri berdin jarraitzen duten arren (telefonoa, zinema, irratia telebista...), adieraziak aldatu eta ugalduz doaz, norbanakoaren eta giza taldearen komunikabide bidezko aisiarako leiho eta ispilu bihurtzen doan artean.

Edukietarako sarbide anitza batez besteko erabiltzailearen eskura dago, ez soilik teknologia erabiltzaile aurreratuenen, *early adopter* edo erabiltzaile goiztiar direlakoen esku¹⁵². Gero eta ohikoago zaigu telebista saio bat edo bereizmen handiko film bat ordenagailuko pantailan, erreproduzitzaileramangarri batean edo etxeko *home cinema* sisteman ikusi ahal izatea, edo aldi bereko hartzeak uztartzea, telebistaren aurrean egunkaria irakurriz, ordenagailu eramangarrian albiste eta mezu elektronikoen artean nabigatuz edo eskuko telefonoaz sms mezuak bidaliz.

Ia oharkabea, zeharo aldatu ditugu gure ikus-entzunezko ohiturak eta komunikabideekiko azturak. Garapen teknologikoarekin batera, aisiaren forma ezberdinetarako sarbide, partehartze eta kontsumo moduak berriak agertu dira. 2.0 webak aldaketa hauen metafora gisa duen erabilkortasunean aurkitu du bere onarpena eta ospea, aukera teknikoak gizakiaren zerbitzura jartzeko promesa hortan. Horregatik, iragaite esanguratsuen, baita aztertzen zailena ere, ez datza eraldaketa teknologiko eta industrialetan, baizik eta ikus-entzuleriaren erabilera eta esperientzien aldaketetan: telebista eguneroko aisiaren parte bihurtzen den toki, une eta elkarrekintzetan. Aldaketa teknologiko eta industrial azeleratuen aro hontan, oinarritzakoa da telebistaren ideia birpentsatzea, bere esanahiak berreraikitzea, eta aisiazko ohitura, jarduera eta esperientziek “telebista ikustearen” esapide orokor eta gero eta gatazkatsuagoa berrikusteko erronka eta aukera eskaintzen dizkigute.

Lan honen perspektibatik, promesa hortan datza gakoa; aisia norabide anitzeko komunikazioaren aukera teknikoa edo euskarri eta edukien arteko nahasketa baino gehiago da. Aisia gizarte fenomeno eta esperientzia pertsonala da, eta parametro horietan aztertu behar da XX. mende amaieran eta XXI. mende hasieran eman den paisaia mediatikoaren eraldaketa: subjektuen aisiazko esperientzia eta horien kontakizunean.

Ardura hori ez da berria, noski. Jenkinsek komunikabideen ikerlarien artean bi korrante edo joera identifikatu ditu: Adorno eta Horkheimer bezalako Frankfurteko eskolako kritikoen salaketak bereganatzen dituztenena alde batetik, Noam Chomsky edo Mark Crispin Miller kasu, zeinek “gizarte demokratikoago bat eraikitzeo oztopoetan” jarriko duten gogo

¹⁵² Hitz joko interesgarria dago ingelesez “early adopter”(erabiltzaile/hartzaile goiztiarrak) eta “early adapter”-en (moldatzaile goiztiarrak) artean. Lehenengoak kontsumitzailearen figurari egiten badio erreferentzia bigarrenak komunikabideen jabetze eta moldaketaren ideia iradokitzen du.

(Jenkins, 2006: 258) eta, bestetik Umberto Eco bezalako pentsalarien “utopismo kritikoa”, zeinek interes handiagoa agertuko duen gizakiok komunikabideekin egiten dugunarekin, komunikabideek gurekin egiten dutenarekin baino. Bigarren joera horretan kokatzen da gehiago tesi hau, Ekok planteatuko lukeen bezala kontua ez baita hainbeste telebistak publikoa kaltetzen duen, baizik ea publikoak telebista kaltetzen duen (U. Eco, 1982).

Chamberlainek ohartarazi zuen bezala, “egungo komunikabideen paisaia ekoizpen eta hartze teknologia desorekatzailez beteta dago, eta semantikaren inguruko guduek ondorio materialak dituzte” (Chamberlain, 2011: 15)¹⁵³. Aldaketa sakonean murgildutako paisaia mediatikoan ikus-entzuleek aurkitu, eraiki eta bizi dituzten zentzu eta esanahiek paisaiaren beraren izaera eta forma eraldatzen jarraitzen dute. Paisaia honen eraldaketa eta izaera ulertu ahal izateko, bateratze edo konbergentziaren kontzeptuari erreparatu beharrean gaude ezinbestean.

¹⁵³ “.. the contemporary media landscape is populated by destabilizing technologies of production and reception, and battles over semantics have material consequences.”

2.2. KOMUNIKABIDEEN BATERATZEA

Komunikabideen bateratzea, orobat, sistema multimedia batean eta ikus-entzuleen egunerokotasunean integratutako testu, formatu eta plataformen arteko interdependentzia edo elkarrenganako menpekotasuna izango balitz bezala ikusi dezakegu, non audientziek haien jardura ingurune anitzetan burutzen duten. Bateratzearekin horixe esan nahi baitugu: bat etortzea. Paisaia mediatiko zatikatu, argiro mugatu batetik paisaia aldakorrago, integratuagoa; ikus-entzuleek komunikabideen eskaintza zabalagoa ez ezik, porotsuagoa aurkitzen duten paisaia, alegia. Sarbide, helduleku eta erabilera anitz dituen komunikabideen paisaia, non ikus-entzunezko industriak ekoizpen, banaketa eta kontsumorako molde berriei aurre egitera behartuta dauden, honek dakartzan aukera eta arazo guztiekin.

Komunikabideen bateratzeak hainbat kanalen bat etortzeari egiten dio erreferentzia, eta ikuspegi honi eman nahi izan diogu lehentasuna hurrengo orrialdeetan. Baina interesgarria da, halaber, bateratze multimedia kontzeptua aipatzea, finean komunikazio erreten ezberdinen euskarrien arteko elkarloturak eta molde askotako testuen josteak (testu idatzia, audioa, bideoa...) osatzen baitute egungo espazio mediatikoaren muina.

Hala ere, kontzeptuaren baitan dauden zenbait ñabardura azaltzea merezi du, haren garrantzia azpimarratu eta inplikazioak mahai gaineratzeko. Lehenengo eta behin, komunikabideen bateratzearen alde teknologiko eta industrialak jorratuko dugu, zinema, irratia, internet, prentsa idatzia eta telebistarentzat izan dituen ondorioak gogora ekarriz hurrenez hurren, eta bateratzearen seme-alabak diren crossmedia eta transmedia kontzeptuak argituz segidan. Amaitzeko, komunikabideen bateratzearen ondorio eta ezaugarri kulturalak aipatuko ditugu, parametro industrial eta teknologikoetatik haratago doan fenomeno gisa.

Oro har, atal honek espazio mediatikoa bete-betean eraldatzen diharduen bateratze prozesuaren aurpegi anitzeko erretratua izan nahi du, gizabanako eta taldeek komunikabideekin eraiki ditzaketen aisiazko harremanen perspektibatik.

2.2.1. BATERATZEAREN ALDE TEKNOLOGIKO ETA INDUSTRIALA.

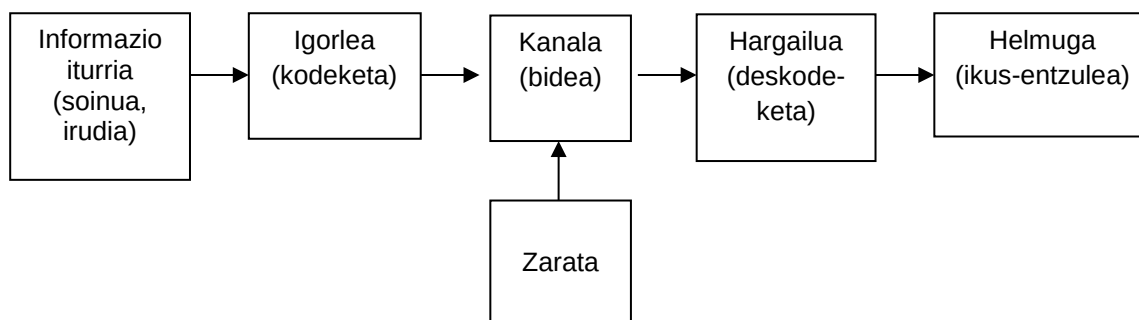
Komunikabideen bateratzeari buruzko hausnarketen aitzindaria izan zen Ithiel de Sola Pool ikerlari sozialaren *Askatasunaren Teknologia* lana (De Sola Pool, 1983). Bertan, garaiko komunikazio teknologien etorkizuneko garapena marraztu zituen, elkarkonektatutako komunikazio ingurugiro bat aurrikusiz, eta komunikabideen bateratze edo konbergentziaren lehen definitze bat luzatuz:

Konbergentziak ez du esan nahi behin-betiko egonkortasun edo batasunik. Bateratzearen aldeko indar etengabe bezala eragiten du, baina betiere aldaketarekin tentsio dinamikoan. (...) Beti egongo dira espezializazioa, berrikuntza eta telekomunikazio sistema unibertsal batek egiten duena beste modu batean, asmo batzuei begira hobeto, egiteko saiakerak, eta beti egongo da sistema unibertsalera itzulera bat, unibertsaltasunaren aparteko komenientzia dela eta. (De Sola Pool, 1983: 53)

Interesgarria da terminoaren jaiotzan bertan bateratzeaz –edo konbergentziaz- diharduela autoreak, ez batasunaz. Unibertsaltasunaren eta espezializazioaren arteko dialektikan kokatu du, beti bidean, beti zalantzan, beti tentsioan egongo den prozesu gisa irudikatu, ez amaitutako - edo amai daitekeen- gertakari bezala. De Sola Pool telefonoaz eta telegrafoaz ari zen, komunikabide inprimatu eta elektronikoez (irratia, telebista), ez digitalez. Baina kontzeptua eta terminoa, berba bera, gelditu egin ziren. 1995ean Nicholas Negropontek aro digitalera eguneratu zuen, bateratzea informazio bit-ak elkarnahasten direnean gailu edo euskarriak geroz eta garrantzia gehiago galduko dutela ziurtatutakoan (Negroponte, 1995).

Izan ere, gutxik ukatuko dute egun ikus-entzunezkoen digitalizazioak, hau da, ikus-entzunezko edukien ekoizpen, banaketa eta kontsumorako teknologia digitalek ireki dutela hein handi batean komunikabideen bateratze gradu berri baterako bidea. John Watkinsonek jaso zuen bezala “Eremu digitalean pentsa litekeen edozein datu prozesatze burutzea posible da, beti ere audioa eta bideoa, hau da, soinua eta irudia, haien jatorrizko formatik eremu digitalera, eta alderantziz, bihurtu ahal diren artean.” (Watkinson, 2001). Bateratzeak ikus-entzunezko testuak zero eta bat digitaletara bihurtzea (kodematzea) eta berauek berriro irudi eta soinura bilakatzea (deskodematzea) eskatzen du, bestela ez baitago edukiak barreiatzerik. Shannon eta Weaverren komunikazioaren eredu klasikoaren aldaera dakar egungo ikus-entzunezkoen ekoizpen-banaketa-kontsumo sistemak; adieraziak igorri eta jaso ezin direnez, adierazleak garraiatzen ditugu, kasu honetan zero eta bat sekuentzien forman.

5. IRUDIA: KOMUNIKAZIOAREN IGORPEN EREDUA (SHANNON ETA WEAVER)



Iturria: Norberak moldatua. (Shannon & Weaver, 1949)

Komunikazioaren igorpen eredua gogora ekarri badugu, ez da inola ere honen norantza bakarreko ibilbideak komunikabideen bateratzea ondo azaltzen duela uste duelakoan, beronen azpiegitura teknologikoaren muina ondo azaltzen duelako baizik. Digitalizazioak, adierazleen mailan (soinu eta irudien forma multzoak), berriro ere kodetzearen beharra dakar, bit¹⁵⁴ bezala zirkuitu digitalean txertatu (eta barreiatu) ahal izateko. Hein berean, zeinu digital hauek irudi eta soinu bihurtzeko, berriro ere deskodetketa teknologikoaren beharra dugu, hargailu digitalen bidez (dela ordenagailura konektatutako kable-modema eta hardware eta software multzoa, dela Lurrazaleko Telebista Digitala jasotzeko gai den deskodetzailea, eskuko telefonoa...). Subjektuaren deskodetzea (edo adieraziaren eta esanahiaren eraikuntza) bigarren fase batean ematen da ezinbestean, behin kodeketa-deskodetketa lan tekniko hau emandakoan.

Digitalizazioak, askotariko adierazleak zero eta bat sekuentzian kodetutakoan euskarri eta irakurgailuen arteko elkartrukea erraztu du, baina ez arazorik gabe. Digitalizazioak ez du inolaz ere testuen irakurgarritasun edo erreproduzitze aukera unibertsalik ekarri, egungo ikus-entzunezko testuen kontsumitzaileak ondo dakien moduan¹⁵⁵. Formatu, euskarri eta estandarren arteko lehiak gori-gorian daude oraindik ere, eta industriaren eta kontsumitzaileen interesek talka egiten dute sarri, teknologiak berez eskainiko lituzkeen aukerez harago. Hala ere, euskarri edo komunikabide batetik bestera edukia igarotzea ikaragarri erraztu du digitalizazioak, bai maila profesionalean, eta baita maila amateurrean ere. Zentzu berean, edukien jarioak euskarri bakarraren edalontziari gainezka eginarazi dion neurrian, formatu, genero eta produktu berriak agertu dira, baita hauen arteko harreman berriak ere:

¹⁵⁴ Bi posiziodun unitatea da bit-a: 1 edo 0.

¹⁵⁵ Interesgarria da Bizkaiko Foru Aldundiak Boiseko 2010eko Euskal Jaialdiaren karira bertara opari eramandako Bizkaiaaren promoziorako DVD-ak PAL sisteman zeudela gogoratzea, ipar-amerikarren NTSC sistemadun irakurgailuetarako erabilezinak zirelarik.

Audio, bideo eta konputagailu teknologien konbinaketa esberdinetan oinarritutako produktu eta zerbitzuen aukera irudimenak bakarrik mugatzen du. Bideofono bidezko zorion postal musikalak, argazkigintza digitala, mp3 erreproduzitzaileak, internet bidezko bideoa eta eskatuz geroko bideoetatik hegaldi simulagailuetara, zinema elektroniko eta errealitate birtualera, oinarri berak dira aplikagarri.¹⁵⁶ (Watkinson, 2001: 1)

Interneti esker, geroz eta errazagoa eta merkeagoa da ikus-entzunezko edukia formatu digitalean eskuratu, eraldatu eta berriro ere igortzea, edo norberaren testu, irudi, soinuak digitalizatu eta zirkulazioan jartzea, komunikazioaren igorpen ereduaren iterazio berri bati hasiera emanez. Ikus-entzunezko industriarentzat ere, geroz eta merke eta errazagoa da edukiak euskarri anitzetara egokitzea, filme baten merkaturatzea ziklo ezberdinetan gertatzen delarik egun: zinema, dvd edo blu-ray diskoak, satellite eta kable bidezko telebista, pay-per-view edo eskatuz gerozko telebista, lurrazaleko telebista...¹⁵⁷. Era berean, teknologia digitalek ikus-entzunezkoen aldi bereko kontsumoa ahalbidetu eta bultzatu dute, internet bidezko telebista saioen eta twitter bezalako komunikazio tresnen bidez¹⁵⁸. Are gehiago, komunikabideen bateratzeak komunikabide ez digitalak ere integratu ditu, zuzeneko emisioetan telefono deiak txertatuz, edo sms bidezko mezu laburrak pantailan agerraraziz.

Zentzu horretan, komeni da gogoratzea Henry Jenkinsek dioen bezala komunikabideen bateratzea ez dela banaketa mekanismo jakin baten araberakoa: kontua ez da informazioa edo ikus-entzunezko edukia zein modutan ekoiztu, banatu eta kontsumitzen den. Aldiz, Jenkinsen ustez paradigma aldaketa suposatzen du, komunikabidearen berariazko edukitik hainbat komunikazio kanaletan dabilen edukiarekiko aldaketa. Aldi berean, komunikazio sistema ezberdinen elkarrenganako menpekotasun handiagoa eta edukiarenganako sarbide anitzagoetara dakartza (Jenkins, 2006). Hortaz, komunikabideen bateratzeak joko arauak aldatu ditu, aldatzen ari da, jokalaria guztientzat.

Horrela, bateratzea ez da errealitate sozial eta ekonomikotik at gertatzen den fenomeno isolatua. Komunikabideen bateratzeak ondorio zuzenak ditu ikus-entzunezko industrian eta bertako langileengan. Jotxo Larrañagak, adibidez, Goiena Komunikazio Zerbitzuak tokiko komunikabide enpresa abiapuntu harturik, kazetaritzarengan dituen eta izan ditzakeen

¹⁵⁶ "The range of products and services which can be based on various combinations of audio, video and computer technology is limited only by the imagination. From the musical greetings card through videophones, digital photography, MP3 players, Internet video and video-on-demand to flight simulators, electronic cinema and virtual reality, the same fundamentals apply."

¹⁵⁷ Ikus baita transmediari dagokion azpiatala, ikus-entzunezko industriaren eta narratibaren estrategia ezberdin bati dagokionez. Ez hainbeste ziklo eta euskarri ezberdinetako merkatu-bizitza (baita ere), baizik eta aldibereko kontakizuna euskarri eta komunikabide ezberdinetan.

¹⁵⁸ Ikus adibidez eitb.com eta eitb.tv webguneak.

ondorioak aztertu ditu *Ikerketa-bideak konbergentzia mediatikora hurreratzeko* artikuluan. Euskal Herriko Unibertsitateko ikerlariak jasotzen duen legez:

Kazetaria aldaketa handien artean bizi da teknologia berriak direla eta. Komunikazio-enpresak digitalizatzen ari dira eta, gaur egun, multimediaren aukerak gero eta gertuagoak dituzte eta erabiltzen hasiak dira. Hedabide baterako kazetariak egiten duen informazioa beste hedabide baterako ere aprobeitza daiteke. Kazetariaren lanari etekin handiagoa ataratzeko bideak darabiltzate enpresek. Multimedia konzeptuak formatuari dagokio eta kazetariari ere badagokio. (Larrañaga Zubizarreta, 2008: 69-81: 70)

“Multitarea” edo “multiataza” izaera hedatzen ari omen da, Larrañagaren arabera, komunikazio enpresa gehienetan, tokian tokikoak barne, kazetariaren lana komunikabide bakarrera zuzendua baino komunikabide anitzetarako erabilgarria izatea espero baita geroz eta gehiago. Hala, Arrasateko kooperatibaren kasuan Goienkaria egunkaria, GoitB telebista, Arrasate Irratia eta Goiena.net webgunea aipatzen ditu kazetariaren lanaren oinarri eta helbide gisa, komunikabide hauetako langileekin behaketa, galdeketa eta elkarrizketak uztartuz, azterketa kualitatiboaren bidez kazetari multimediaren figurara hurbiltzeko. Larrañagak, komunikabideen bateratzearen aurrean, etekin eta eraginkortasun ekonomikoaren (euskarrien arteko sinergiak, edukiaren ekoizpen anizkoitza, informazio multimediaren aberastasuna) eta langileen ongizate eta eskubideen (lan-baldintzak, duintasuna, profesionaltasuna...) orekarako deia egiten du artikuluan, nazioarteko korporazio mediatiko erraldoientzat zein tokian tokiko komunikazio enpresentzat ere agertzen duen zailtasuna agerian utzita.

Bateratzeak arrisku eta zailtasun berezkoak dakartza; ez soilik langileentzat, baita industriarentzat berarentzat ere. Telebista adibidez, bidegurutzean dago egun:

Telebistak lehia gutxi edo batere ez zuenean, nahi zuena egin zezakeen ia, baina orain alternatibak daude. Informazio eramale bezala, telebista komertzialak ez du batere ondo funtzionatzen, haren eredia iragarkiak eta programak bereiziezina izatean oinarritzen baita. Estetikoki, iragarkiak eta entretenimendua ez doaz ondoegi elkarrekin, eta negozio eredia zakarra da, teknologia ere zakarra zen garai batean bilakatutakoa. Egun, teknologia bateratzaileak iragartzea eta entretenitzea bereiztea

ahalbidetzen du, telebista komertzialaren negozio eredua zalantzan jarritz.
(Watkinson, 2001: 33)¹⁵⁹

Telebistaren sekuentzialtasuna, linealtasuna zalantzan jartzeko arrazoiak eskaintzen ditu egungo paisaia mediatikoak, eta bere izaeraren beraren muina den jarria eta zuzenekotasuna bigarren mailara igartzeko aukera dago, elkarren artean konektatu eta berrantolatu daitekeen komunikabide sortaren aurrean.

Teknologia digitalek, eta teknologia horien bir-jabetzeak (aurrikusita ez zeuden erabilerak ematerakoan, edo erabilera berriak garatzerakoan) ikus-entzunezko ekoizle zein kontsumitzaileei, banatzaile zein erabiltzaileei aukera berriak ekarri dizkiete. Baina zein ondorio ditu eta zein izan ditzake komunikabideen bateratzeak ikus-entzuleriarentzat? Zer dakarkio edo zer kentzen dio audientziaren eguneroko esperientziari? Kackman eta abarren arabera, komunikabideen bateratzearen aldeko lehen aldarriek utopianismo teknologikoaren kutsua zuten, euskarri eta komunikabideen arteko elkarlotura ez ezik, gizarte oztopo eta mugak eraitsiko zituelakoan. Eszeptikoenek, aldiz, neurrira egindako komunikabide digitalek norbere bizi-estiloaren mehartzea eta esfera publikoan partehartzearen desagerpenerako arriskuaz ohartarazi zuten, komunikabideen gizarte-lotura funtzioa zalantzan jartzean (Kackman, Binfield, Payne, Perlman, & Sebok, 2011). Ardura horien baitan kokatu behar dugu Henry Jenkinsek bateratzea testuen arteko lotura eta harreman ekonomiko eta industrialez haratago hartzearen praktika eta harreman kulturaletan aldaketa dakarren partehartzearen klima interaktibo bezala ulertzea (Jenkins, 2004; Jenkins, 2006). Euskarrien arteko ikus-entzunezko testuen mugikortasunak ekoizle eta kontsumitzaileen arteko mugak lausotu ditu, eta giza komunitateek testu komertzialen esanahi eta irismenak eraldatzen dituzte, testuotaz jabetuz.

Komunikazioaren azpiegituran bertan gertatzen ari diren aldaketa eta jauziek kontraesanek beteriko eraginak sortzen dituzte bizitza kulturalan. Alde batetik kulturarako sarbide eta parte-hartze modu berriak eskaintzen dizkiete oinarritzko komunitate eta tradizioz baztertuta dauden norbanakoei: informaziorako sarbidea eta informazioa igartzeko aukera zirrargarriak, eztabaidarako aukera, argudioak entzun eta aurkezteko parada, norbere ikuspegia ezagutarazi eta besteena ezagutzeko eremua. Bestetik, komunikazio industriek kanal eta plataformen arteko sinergia ekonomiko eta komunikaziozkoak bilatzen dituzte haien boterea egonkortu eta etekinak maximizatzeko. Bateratzeak norabide anitzeko presioa

¹⁵⁹ "When television had little or no competition, it could pretty much do what it liked, but now there are alternatives. As a carrier of information, commercial television doesn't work very well because its business model is based on the assumption that commercials and programs are inseparable. Aesthetically speaking, advertising and entertainment do not sit well together and the business model is a crude one which evolved when technology was equally crude. Today convergent technology allows advertising and entertainment to be separated calling into question the business model of commercial television."

eragiten du espazio mediatikoko eragile guztiengan, aldi berean boterea kontzentratuz eta deszentralizatuz, era berean gotik behera eragindako integrazio prozesu baten ondorioz eta behetik gora jardundako hartzaileen eskakizunen eraginez.

Amaitutako prozesu perfektu izatetik urrun, komunikabideen bateratzea arazoz eta kontraesanez beteriko proiektu amaitugabea da. Digitalizazioak aurrera egiten duen neurrian, komunikabide bakoitzaren izaera ere aldatzen joango dela suma daiteke, eta haien arteko harremana ere estuagoa izango dela suma dezakegu. Hala ere, inplikazioak ezberdinak dira komunikabide bakoitzarentzat. Ikus ditzagun bateratzearen zantzuak zenbait komunikabidetan. Zinema, irratia, telebista eta internet ekarriko ditugu ondoren gogora, ikus-entzunezko forma garaikideen ubide nagusi gisa.

2.2.1.1. ZINEMA

Zinemak beste pantailekin harreman bitxia izan du bere historian zehar, elkarbizitza modu ezberdinak saiatu dituelarik batzuk eta besteekin. Telebistak adibidez, jatorrian zuzeneko edukia soilik eskaintzen zuen, saioak grabatu eta gordetzeko teknologia ez baitzegoen garatuta (Bignell, 2008: 20). Ordutik, telebistak zuzenekotasuna azpimarratu du, zinemak ez bezala, bere indargune gisa.

Elana Levinek jaso bezala, “Irudiak eta soinuak gertatu ahala igortzeko telebistaren gaitasuna – zuzeneko emanaldia- luzaro izan da telebistaren programazio jakin bat bestelako programazioaren gainetik, eta baita beste komunikabideen gainetik ere kokatzeko giltza”¹⁶⁰ (Levine, 2008: 394). Zinemak aldiz, informazioan eta zuzenekotasunean baino entretenimenduan errotu du bere jarduna; fikzioan alegia. Hala ere, bi pantailen edukien espezializazioak - txikia, etxekoa bata; handia, aretokoa bestea-, arazoak agertu ditu sorreratik, teknologiak irekitako zirrikituak jabego intelektualaren bidez ixteko saiakerak ezagun zaizkigularik. Honela jaso zuen Jonathan Bignellek britainiar telebistaren hastapenen kronikan: “Hollywoodeko estudioek ez zieten onartzen telebista igorleei [filmak] ematerik, entretenimendurako komunikabide nagusi bezala zinemari ekar liezaiokeen lehiari beldurrez” (Bignell, 2008: 29)¹⁶¹

Telebistaren lehen urte haietako errezeloak urteekin sobera gaintitu diren arren (egun ohikoena zinema aretoetako filmeak behin eta berriro telebistak ikusi ahal izatea dugu, behin

¹⁶⁰ “Television’s ability to transmit images and sounds as they occur – to broadcast live – has long been a key way in which certain kinds of television programming have been culturally elevated over other kinds of programming, and even over other media.”

¹⁶¹ “Hollywood studios would not allow television broadcasters to screen them, for fear of competition with the cinema as a dominant medium for entertainment.”

bideo/dvd/blu-ray eta abarrekoetan merkaturatu ostean), digitalizazioak eta komunikabideen bateratzeak orduko egoera gogorazten duen burukomina ekarri dio zinemari: internet bidezko edukien elkarbanaketa. Chuck Tryonek *Zinema berrasmatzen: filmak bateratzearen aroan* lanean Michael Moore-en *Sicko* filmaren kasua aztertzen du, zein zinema aretoetan estreinatu baino lehenago youtube gunean sareratu zen, kopia pirata bati esker. Ondorioz, Lionsgate eta Weinstein Company ekoizleek filma astebete arinago estreinatzeke erabakia hartu zuten. (Tryon, 2009: 1). Internetek “entretanimendurako komunikabide” gisa harrezakeen nagusitasunaren beldur, edo filtrazioak etekinak kaltetuko zituelakoan, badaezpada lehenengo proiektzioa zineman izan beharra zuelako usteari gogor eutsi zioten. Eraitza, hala ere, ez zuten aldatu, filmaren bertsio digitalak interneten eskuragarri jarraitu baitzuen.

Emerging Pictures ekoiztetxeko Ira Deutchmanen hitzak ere zinematik pantaila eta komunikabide berriekin duen elkarbizitza zailaren erakusgarri ditugu, filmak “ekoiztetxe nagusien ondorengo, interneten aurreko garaian”¹⁶² daudela dioenean. (Tryon, 2009: 2-3). Komunikabideen bateratzeak zinemaren industria ezeroso sentiarazi duela egia den arren, egia da teknologia digitalek zinegileei istoriak modu ez lineal, interaktiboetan kontatzeko modu berriei heltzea ahalbidetu diela. Aldi berean, etxean ikustera bideratutako bideo, dvd eta blu-ray euskarrietan zinemaren industriak bigarren merkatu garrantzitsu bat aurkitu du, batez ere kalitate handiko irudi eta soinua eskaintzeko gai diren *home cinema* direlako sistemen ugaltzearekin. Egun, zinema ezezagunez betetako (edo hustutako) aretoetan ez ezik, senide eta lagunekin eta baita bakarrik ere ikusten da, etxean.

Zinema ekoizpen, banaketa eta kontsumo eredu tradizionalaren eta azaleratzen ari diren paradigma berrien artean aurkitzen da, telebista aurkitzen denaren antzekoa, baina ezberdina den atakan: “...teknologia digitalek banaketa eta erakuste sistema berriak eskainitzaketen arren, filmen kontsumoa moldatzen duten jokabide, praktika eta diskursoen antolamendu zabalago baten parte dira.”¹⁶³ (Tryon, 2009: 3). Zinema aretoak egungo paisaia mediatikoaren gune garrantzitsuak dira, satellite eta kable bidezko telebista, erreproduzitzaileramangarri eta banda zabaleko internetaren aroan, baina haien kokapena eta garrantzia ez da zinemaren hasieran zena, eta haien etorkizuna ez da ziurra. Hollywoodeko estudio handien (*Major*-en) protagonismoa, oraindik ere handia izanagatik, jokalaria berriak sartu dira zelaian, internet bidezko komunitateen bidez finantzatutako aurrekontu txikiko ekoiztetxeetatik hasi eta zinemaren edukiez berjabetu eta hauek, birmoldatuta, hainbat plataforma digitaletan argitaratzen dituzten amateurak kasu.

¹⁶² “... the transitional post-major studio pre-Internet era.”

¹⁶³ “...although digital technologies may provide new delivery and exhibition systems, they are also part of a larger arrangement of behaviors, practices, and discourses that inform movie consumption.”

Finean, Tryonen lanaren izenburuak azpimarratzen duen legez, zinema bere burua berrasmatzen ari da, ezinbestean, bai bere ekoizpen eta banaketa moduetan, eta baita bere hartze eta kontsumitze praktika eta ulerkeretan ere. Urrun gelditu da zinemak bere kasa jardun zezakeen garaia; inguruan, ondoan dituen komunikabideetako eraldaketek eragin zuzena dute bere kokapenean, eta, beraz, bere izaeran.

2.2.1.2. IRRATIA

Zinemarenak bezala, irratia ohizko ezaugarriak bilakaeran daude, dela edukia, estiloa edo entzulearen esperientziari dagokionez. Teknologia digitalak eta komunikabideen bateratzeak irratia non eta noiz erabil daitekeen, irratia noiz eta nondik atzitu dezakegun, aldatzen ari dira. Michael C. Keithek honela dio:

Irratiaren paisaia lehiakorra izugarri aldatu da azken urteotan. Satellite edo web bidezko irratia bezalako audio-teknologia berriek, zein musika jaisteko komunikabideek (MP3 eta iPodak), entzute-ingurunea eraldatu dute. Hala ere, milurtekoaren lehen hamarkadan, irratia oraindik ere bere berezko aurpegiari eusten jarraitu du lehian dauden audio teknologia berrien aurrean eta kudeaketa eta eragiketa mailan eman diren lurrikaren moduko aldaketen aurrean. (Keith, 2007: 1)¹⁶⁴

Pasartearen arrazonamenduari jarraituz gero, badirudi irratia bere izaeari eusten jakin duela, izate berriak besarkatuz. Paisaia mediatiko orokorrean galdu egin du iragan mendean zuen zentraltasuna, baina kokapen berriak aurkitzeko gai izan da. Labur bada ere, kasu bi ekarri nahi genituzke gogora aldaketa horiek irratian eta irratia kontzeptuan izan dezaketen eragina aztertu eta eraldaketok ilustratzeko: Erresuma Batuko BBC Radio 2 eta Euskal Herriko Uhinbak egitasmoa.

British Broadcasting Corporation, britainiar komunikazio enpresa publikoaren partaide izateaz gain, BBC Radio 2 Erresuma Batuan gehien entzuten den irratia da RAJAR entzuleriaren neurketa erakundearen arabera (Radio Joint Audience Research, 2011)¹⁶⁵, baita online presentzia eta DAB irratia digitalaren garapenean ardura, denbora eta diru gehien

¹⁶⁴ "The competitive landscape of radio has changed dramatically in the last few years. New audio technologies, such as satellite and web radio, as well as music downloading media (MP3s and iPods), have transformed the listening environment. Yet, in the first decade of the new millennium, radio continues to hold its own in the face of the many new competing audio technologies and the seismic shifts in its management and operational structure."

¹⁶⁵ 2011ko ekainean 15 urtetik gorako entzuleriaren %14.90 sharea eskuratu zuen batezbeste BBC Radio 2k, irratia honetan entzundako orduak guztira entzundako orduengatik zatitzean. Bigarren postuan BBC Radio 4 aurkitzen dugu zerrenda berean, sharearen %12,40-arekin.

gastatu duena ere (Gregory, 2006). Aipatu beharrekoa da Erresuma Batuko telebista aparailuen gaineko lizentzia sistema bidez finantziatzen denez, ez duela iragarkirik igortzen.

Emaitzak begibistakoak dira irratiazen webgunean sartuz gero¹⁶⁶: zuzeneko streaming zerbitzua irati emisioetara, programazioari buruzko informazioa, podcast bidezko irratsaioen edukiak jaitsi edo berauetara harpidetzeko zerbitzua, entzuleek esatariei email edo sms bidezko mezua bidaltzeko aukera, baita bideoak ere. BBC Radio 2ko zuzeneko kontzertuetarako sarrerak erosteko aukera ematen hasi da, berriki, webgunea.

Eusko Jaurlaritzak, Berria Fundazioak eta Gipuzkoako Foru Aldundiak diruz lagundutako Uhinbak aplikazioak, berriz, euskarazko tokian tokiko irratia internet bidez ordenagailuan zein eskuko telefonoetan, Android eta iPhone gailuetan, entzun ahal izatea ahalbidetzea du helburu. Lan hau idazteko momentuan Aiaraldea.fm, Antxeta Irratia, Arraio irratia, Arrate irratia, Belexe irratia, Bilbo Hiria Irratia, Bizkaia Irratia, Eguzki irratia, Euskal Irratiak, Euskalerrria Irratia, Gorbeialde irratia, Gure Irratia, Hala Bedi irratia, Infozazpi irratia, Irati irratia, Irulegiko irratia KKinzona irratia, Oiartzun irratia, Tas Tas irratia, Ttan Ttakun Irratia, Txapa irratia, Txolarre Irratia, Xiberoko Botza, Xorroxin irratia eta Zirika irratia eskaintzen ditu¹⁶⁷.

Komunikazio enpresa publiko baten dibertsifikazio eta moldatze ekimenaren adibidea eskaintzen digu BBC Radio 2-k. Sarean eta saretik sortutako tokian tokiko euskarazko irratietara sarbide modu berriarena aldiz Uhinbakek. Biek ala biek irratia irati-uhinen bidezko igorpen-hartze esparrua gainezkatu duela adierazten digute, teknologia digitalek eta komunikabideen bateratzeak eskaintzen dituzten aukerak baliatuz.

Oro har, Stephen Barnardek duela hamar urte baino gehiago aurrikusi bezala, irratiazen espazioaren kontzeptua bera eraldatu du digitalizazioak, dela uhin eremuaren erabilera digitalarekin, dela internet bidezko emisioekin:

Irratia internet bezalako harreman eta banaketarako bide berrietara irekitzeak berehala berdefinitu du irratiazen “lurraldearen” ideia, eta honekin, entzuleriazen kontzeptua bera aldatu du, herri mailakoa eta etxekoa den zerbaitek askoz ahalmen eta erronka handiagoak aurkezten dituen zerbaiteara. (Barnard, 2000: 236)¹⁶⁸

Irratiazen paisaia aldatu egin da, irratia berak parte hartzen duen paisaia aldatu den aldi berean. Telebistak etxeetako zentraltasuna kendu zion bezala, egun hedabide digitalek irati-

¹⁶⁶ <http://www.bbc.co.uk/radio2/>

¹⁶⁷ <http://uhinbak.eu/irratia>. Azken kontsulta: 2013ko maiatza.

¹⁶⁸ “The opening up of radio via new means of contact and dissemination such as the Internet automatically redefines radio’s notion of ‘territory’ and, with it, changes the very concept of a listening community from the parochial and domestic into something much more powerful and challenging.”

uhinei protagonismoa kendu diete, egunero miloika eta milioika pertsonak oraindik automobileko edo etxeko irrati hargailua pizten duten arren, uhin bidez entzunezko edukiak jasotzeko.

Berrogeiko hamarkadaren amaieran, Ameriketako Estatu Batuetako etxeetara telebista sartzen ari zenean, David Sarnoff irrati eta telebistako aitzindariak, eta gerora American Broadcast Corporationeko presidentea izango zenak, ukatu egin zuen Wisdom aldizkarian askok sinesten zuten moduan irratia egina zuela, baina komunikabidearen historian profetikoa bilakatu zen esaldi bat gaineratu zuen:

Hala ere, gure begiak ixten ariko ginateke, irratia funtsezko aldaketak jasaten aritu izan dela ukatuko bagenu. Haren potentzial handietatik gehiena lortu ahal izateko, jada igorpen komunikabide bakarra ez dela aitortzen duen moduan gidatua eta erabilia izan behar du. Egokitze prozesu bat beharrezkoa da, eta bidean da. (Keith, 2007: 10)¹⁶⁹.

Irratia ez da jada lehen zena, eta ez du jada lehen zuen tokia komunikabideen paisaian. Baina horrek ez du esan nahi, ezta gutxiago ere, irratia jada ez denik, edo lekuri ez duenik komunikabideen bateratzearen paisaia berrian.

2.2.1.3. INTERNET

Hirurogeiko hamarkadan sortu zen arren, laurogeita hamarreko hamarkadaren bigarren erditik aurrera hasi zen bilakatzen interneta masa erabilerarako komunikabide (Castells, 2001: 11), eta World Wide Web hipertestuen sarearen sinonimo bezala ulertzen. 2011ko martxoan munduan internet 2 milioi inguru pertsonak erabiltzen zutela estimatzen da, lurreko biztanleriaren ia 7 milioi biztanleen %30 inguruk, alegia (Internet World Stats, 2011)¹⁷⁰. Interneterako sarbideak geografikoki agertzen duen desoreka agerikoa da hala ere. Ipar Ameriketako biztanleriaren % 78,3ak sarbidea zuen artean, Afrikako biztanleriaren %11,4 bakarrik konektatzen zen data horretan.

Hazkunde desorekatu baina ikusgarri horrek paisaia mediatikoan izan duen eta izango duen eraginari buruz interneten masa zabalkundea hasi zenetik gaur egunera asko eztabaidatu

¹⁶⁹ "We would be closing our eyes to reality, however, if we failed to recognize that radio has been undergoing fundamental changes. To make the most of its great potentials, it must now be operated and used in ways which take cognizance of the fact that it is no longer the only broadcast medium. A process of adjustment is necessary, and it is taking place."

¹⁷⁰ World Internet Usage erakundearen datuen arabera 6,930,055,154 pertsonen %30,2ak erabiltzen zuen internet 2011ko martxoaren 31an, guztira 2.095.006.005 norbanakok. Honek 2000ko abenduaren 31ko datuekin alderatuz gero %480,4ko hazkunde erlatiboa suposatzen du hamaika urteko epean.

den arren, ez dago adostasunik internetek teknologia bezala baino gehiago, gizarte gertakari bezala izango duen azken paperaren gainean. Nicholas Negropontek ikus-entzunezko edukien digitalizazioaren eta interneten garapenaren azken eragina arrakastadun enpresen ugaltzea eta kontsumorako aukeren hazkundeaz gainera merkatu arinago, malguago baten agerrera bezala deskribatu zituen (Negroponte, 1995). Peter Goodwinek, kontrara ordea, teknologia digitalek komunikabide enpresa erraldoiei integrazio prozesua erraztu eta enpresa txikiekiko abantaila eskain diezaiekeenaz ohartarazi zuen (Goodwin, 1998). Egun, bi ikerlariei arrazoi partziala emateko moduan gaude, kontzentrazio korporatibo handiak eta enpresa txiki eta dinamikoak, biak, ematen baitira bateratze prozesuan.

Edonola ere, interneten izaera multimedia eta interaktiboak giza komunikabide guztietan eragiteko ahalmena duela begibistakoa da. Internetek hainbat teknologiaren elkarlotura suposatzen du, eta, era berean, zerbitzu ezberdinak eskaintzeko gai da: webguneak, txat gelak, e-maila, streaming bidezko bideoak... Testu idatzia, irudia eta soinua bateratzeak eta muga geografikoen gaineko desloturak ahalmen berezia eskaintzen dio bestelako komunikabideetako edukiez jabetu eta berauek sare digitalean zirkulazioan jartzeko. Era berean, internet berehala bihurtu da komunikabide zaharragoen informazio eta eduki iturri. Francis Cairncrossek esan bezala, "internet ez da ez telefonoa ez eta telebista, baina bien ezaugarriak ditu" (Cairncross, 2001: 117).

Prentsa idatziak internetetik edaten du bere eguneroko jardunean, dela berri-agentzien teletipoak jasotzeko, dela lehiaren bertsio digitalen eguneratzeen berri izateko, dela, geroz eta gehiago, online komunitateen arrastoa jarraitzeko. Prentsaren interneteko presentziari buruz zer esanik ez, ordaindua ala irekia, egungo kazetaritza idatziaren abiapuntu ekidiezina bihurtu baita. Irratiak ere, ikusi dugun legez, irrati-uhinetatik aparteko eremu oparoa aurkitu du muga geografikoetatik haratago entzuleekin bat egiteko. Antzera, David Gurneyk "internet bidezko bideo isuria ikusizko kulturaren zabalkunde eta barreiatzerako alor emankorra" bihurtu dela argudiatzen du (Gurney, 2011: 30)¹⁷¹. Bideo biral deiturikoak interneteko gizarte fenomeno bilakatu dira, baina jaiolekua gainezkatu dute, beste komunikabideetan oihartzunak sorraraziz.

Zinemaren industriak internet bidezko ikus-entzunezko edukiaren erlkarbanatzearen ahalmen teknikoari buruz duen iritzia eta ardura ere ezaguna da, baina Jim Kaskade Eyespot softwarearen arduradunak tartean "'Bideoa editatzea azkenean email bat bidaltzea bezain erraza izango" dela ohartarazten digu Kirsten Dalyren *Zein modutan da digitala*

¹⁷¹ "Internet streaming video has become nothing if not a fertile plot for the spread and propagation of visual culture."

zinema? lanean. (Daly, 2010: 138)¹⁷². Amateurrek profesionalen erramintak dituzte haien eskura, ez soilik filmak ekoizteko, baizik eta baita zinemaren historian pentsaezinak ziren ikuslerietara iristeko ere.

Testua, soinua eta irudia, hipertestuaren elkarlotura infinitoak eta komunitateek jabetze eta berjabetze etengabekoetan sortu eta birsortzen da internet, euskarri askotako eremu digitala komunikabideen bateratzearen metafora praktikoa bihurtzen du, eta, hartara, bere egiten du bateratzearen amaitu gabeko prozeduraren izaera. Prozedura horrek gainera, azpiegitura teknologiko konplexuen gainetik, erabiltzaileen erabilerraztasuna baliatu du, aurreikusten zailak ziren erabilera eta berjabetzeei bidea irekiz.

Mittelrek adierazi bezala, “komunikabideen teknologiak indar teknologiko, instituzional eta kulturalen elkargurutzek moldatzen dituzte, aurrikusi ezin diren erabilera eta ondorio sozialekin”¹⁷³ (Mittell, 2011: 46), baina ikerlariak telebistari buruz dioena bereziki interneti egokitzen zaiola gaineratuko genuke, sareak inguruko komunikabideetako eraldaketok barneratu, moldatu eta eragiteko gaitasun berebizikoa agertu baitu bere bizitza laburrean. Horrenbeste, ezen komunikabideek eurek erraza edo zaila, merkea edo garestia, zaharra edo berria dena definitzerako orduan erreferentzia bihurtu baita. Internet ez da komunikabideen bateratzea, baina beronen definitzaile nagusienetarikoa bilakatu da.

2.2.1.4. PRENTSA IDATZIA

Komunikabideen bateratzeak, ikusentzunezko kanal, formatu eta formen arteko mugak lausotzeaz gain, zalantzan jartzen ditu komunikabideek ekoizpen eta kontsumoaren arteko, egitearen eta hartzearen arteko eta ikus-entzuleriaren aktibotasun eta pasibotasunaren arteko bereizpenak, baita prentsa idatziaren irakurleriari dagokionean ere. Mark Deuzek bi joera nagusi identifikatzen ditu kazetaritza eta prentsa idatziaren bateratze prozesuan, berau jendearen eta komunikabideen arteko gero eta aritze parte-hartzaile eta interaktiboagoa¹⁷⁴ bezala ulerturik (Deuze, 2010: 268): batetik, komunikazio industrien bateratzea, zeinak prentsa-areto multimedien sorrera eta berri konpainia integratuetarantzko joera bultzatu duen, kazetariak berriak kanal (idatziz, ikus-entzunezko emisioan, lineako edukian...) formatu (informazioa, iritzia...) eta generoetarako (azken berriak, erreportajeak, blog eta podcasten lanketa...) ekoizteko elkarlanera behartzen dituen. Terry Heifetzek argudiatu bezala, ekoizpe eta editoreek ezin dute jada istorioak kontatu edo berriak ematerako orduan hedabide

¹⁷² “Editing video is eventually going to be as simple as sending an email.”

¹⁷³ “Media technologies are shaped by the intersection of technological, institutional, and cultural forces, emerging with unpredictable uses and social impacts.”

¹⁷⁴ “... an increasingly participatory and interactive engagement between people and their media.”

bakarrean pentsatu. “Istoriaa kontatzeko biderik onenak aukeratu beharra ditzute.” (Heyfetz, 2005: 26). Joera hori, besterik ezean kazetariak hedabidenen berariazko hizkuntza eta konbentzio ezberdinak maneiatzera behartzen ari da, eta, finean, argudia daiteke kazetaritzaren izaera bera eraldatzen ari dela. Bestetik, berrien ekoizpen eta kontsumoaren arteko bateratzeak herritar-kontsumitzailea¹⁷⁵ berri, erreportaje, iritzi eta analisisien ko-sortzaile figura sustatzen ditu. Bateratzean, geroz eta gehiago, irakurlea, berrien hartzaile ez ezik, berrien iturri ere bilakatzen ari da, baita prentsa idatzian ere. Erabiltzaileek Sortutako Edukia (ESE)¹⁷⁶ komunikabide enpresetan eta idatzizko hedabideetan lekua hartzen ari da. Leku honen tamaina, itxura eta izaera modu askotakoa den arren, berriaren iturri izatetik berriaren osagarri edo kontraste izatera iritsi da. Egunkarien irakurleria txikitzen ari den aroan (Deuze, 2010: 270) herritarrak, eta irakurleak eurak, edukien ekoizpenean inplikatzeko garrantzia hazkorra du prentsa idatziarentzat, esposizio hutsaz haratago leialtasuna eta parte-hartzea susta ditzake eta.

Interesgarria da zentzu horretan Leopoldina Fortunatik egunkariak interneten egiten ari diren sarrerari - “inbasioari” bere hitzetan- (Fortunati, 2005: 28) buruz proposatzen duen analisia *Sarearen Mediatizazioa eta Komunikabideen Internetizazioa* artikuluan¹⁷⁷ (Fortunati, 2005). Ikerlariaren arabera, internetek, informazio iturri gisa, aurrea hartua dio iratiari, oraindik egunkari eta telebistaren atzetik ibili arren; baina, unean uneko erabilerei buruzko estatistiketatik haratago, komunikazio teknologien arteko eragina ekidiezina da, pertsonen haien egunerokotasunean hainbat komunikabide erabiltzen dituztelako, eta komunikabideen ekosistemak¹⁷⁸ espazio bakarrean batera existitzera behartzen dituelako.

Batera bizi behar horretan, prentsa idatziak interneten eginiko hedatzea hiru fasetan gertatu dela argudiatzen du Fortunatik: 90eko hamarkadako lineako erakuslehoaren fasea, non idatzizko edizioaren isla webguneetara eramaten hasi ziren, aldentzen hasia zen irakurleria mantentzeko ahaleginetan, “ezin dugu bertan ez egon” eskemari jarraiki¹⁷⁹ (Fortunati, 2005: 30); bigarren fasea, non webguneak audio eta bideo eduki osagarriak integratzen hasi ziren, idatzizko edizioa aberasteko asmoz; eta hirugarren fasea, non prentsa idatziaren konbentzioak baztertu diren neurri bateraino, hizkera multimedia baten alde egiteko, baina non oraindik ez den bideragarritasun ekonomikorako eredu bakar bat ezarri. Bestela esanda, prentsa idatziak, testu idatziaz gain, elementu multimediak barneratu ditu bere lineako jardunean. Ez hori bakarrik; gero eta ohikoagoa zaigu papereko edizioan ere sarean eskuragarri dagoen materiale osagarriko erreferentziak aurkitzea, dela audio, bideo edo

¹⁷⁵ “citizen-consumer.”

¹⁷⁶ User Generated Content edo UGC ingelesez.

¹⁷⁷ Mediatization of the Net and Internetization of the Media.

¹⁷⁸ Ikus Komunikabideen Ekosistema atala, aurrerago.

¹⁷⁹ “We can’t afford not to be there.”

infografia interaktiboen gisara, edo irakurleak lineako inkestetan parte hartzera bultzatzea, ondoren inkesta hauen emaitzak berriro ere egunkarien edizio ezberdinetan irauliz.

Prentsa idatziak, oraindik ere, testu eta irudiz osaturiko edukiak eskaintzen dituen arren, komunikabideen bateratzearen aukeretaz jabetu eta aurkezten dizkion mehatxuei aurre egiten ari da, dela egunkari edo aldizkariarekin batera saltzen diren DVD edo bestelakoen bidez, dela lineako eduki multimedia osagarria eskainiz, dela irakurleria eta ikus-entzuleriaren parte-hartzea bultzatuz. Lerro hauek idazterako orduan joera hazkorra da twitter sare sozialeko mezuak (*tweet* edo txioak) jasotzea, gizarte eragileek sare digitalean esanak paperera ekarri¹⁸⁰. Digitalizazioak prentsa idatziaren eta kazetaritzaren izaerari eragin diola onartuta ere, enbatak ez du norantza bakarrean jo; alderantziz ere, prentsa idatziak komunikabideen bateratzean zuzeneko eragina izan duela, eta izaten ari dela ondorioztatu beharra dago. Kokapena aldatu duen arren, jokalekuan jarraitzen duela ukatzerik ez dago.

2.2.1.5. TELEBISTA

“Switchover is coming. We can help you.”¹⁸¹ zioten Londreseko autobusetako iragarkiek, Erresuma Batuko gobernuaren eta BBCren arteko *Switchover Help Scheme* delako ekimenaren baitan. Programak telebista aro digitalera egokitzeko egin beharrekoek buruzko orientazioa eskaintzen dio biztanleriari, eta berriazko laguntza 75 urtetik gorakoei eta ezgaitasuna duten pertsonen. Izan ere, digitalizazioaz eta komunikabideen bateratzeaz ari garenean, sarri iragaite prozesu natural eta erraza –beharbada ekidiezina- irudikatzen dugun arren, moldaketak arazoak planteatzen ditu, bai erabiltzaileentzat, bai industriarentzat, eta baita telebistaren kontzeptuarentzat ere. Prozesua, laua eta leuna izateaz urrun, gorabeheratsua eta problematikoa da.

John Caldwell *Bateratzearen Telebista: Formak Bilduz eta edukia Berrerabiliz Nahasketaren Kulturean* ¹⁸² artikuluan ohartarazi zuen 80 eta 90. hamarkadetan digitalizazioak ekar zitzakeen kanal anitzeko merkatu berriak ekoiztetxe eta estudioak telebistarako produktua berpentsatzera behartu zituela, sindikatzearen (telebista edukien salmenta lurralde jakin batetan igortzeko) praktika arriskuan jarritz (Caldwell, 2004: 47).

¹⁸⁰ Adierazgarria da adibidez Berria egunkariaren 2011ko azaroaren 20ko hauteskundearen karira jasotako “#sareko oihartzuna.” (Askoren artean, 2011)

¹⁸¹ “Badator igaroaldia. Lagun zaitzakegu.” Euskal Herrian “itzalaldi” analogikoaz hitz egin den arren Lurrazaleko Telebista Digitalaren ezarpenari leku egiteko, Erresuma Batuan switchover edo aldaketa edo iragaitearen ideia azpimarratzen du kanpainak 2011ko udazkenean.

¹⁸² Convergence Television: Aggregating Form and Repurposing Content in the Culture of Conglomeration.

Aldaketaren oinarria ekoizte, banaketa eta hartze teknologien bilakaeran koka daitekeen arren, honen eraginak industria, gizarte eta kultura mailan ere igarri ziren, tresna digitalak korrante nagusira ailegatu baino arinago. Caldwellek bateratzearen ondorioak telebistaren ontologian bertan, berau ulertzeko moduan igartzen ditu, bateratze prozesuan telebista industriek berau berrasmatzeko hainbat ekimen burutu dituztela gogoratu, moldatze aldera.

Moldaketa hura telebista edukien hibridazio eta berrerabiltzearen baitan kokatzen du Caldwellek, haren bidez kate eta euskarrien aniztasun berriak aurkezten duen programazio erronkari erantzun ahal izateko: “Duela hamar urte aldera NBC-k prime time-eko ordu erdiko tartea zuen, berriz betetzeko. Orain korporazioak egunean ehunka ordu programatu behar ditu saio ‘berriekin’ hainbat sare elektroniko eta digitaletan.”¹⁸³ (Caldwell, 2004: 49). Aukera bakarra edukiak ekoiztu, plataforma ezberdinetara egokitu eta berrerabiltzean datza. Telebistak, orojalea izanik (irudia eta soinua baitarabiltza, nahi erara), bere burua liseritzeko gaitasuna agertu du.

Bereziki interesgarria da, zentzu horretan, telebista komunikabideen bateratzea aztertzerako orduan, hastapenetatik bertatik, teknologia digitalak garatu baino askoz arinago agertzen baitzituen Kackman eta abarren ustez bateratzearen ezaugarriak:

Egun agian ‘berrerabilitako edukia’ deituko genioke, baina 1950etik gaur egunera, transmediazioa praktika industrial estandarra izan da. (...) ustez urrunak ziren komunikabide formen arteko mugak porotsuak izan dira aspalditik. Komunikabideen industria anitzen arteko formen higikortasuna “bateratzea” ulertzeko funtsezko irizpidea baldin bada, hasierako telebista egiaz barne hartzen du. Telebistak beti mailegatu eta ustiatu izan ditu beste komunikabideak, eta beti egin izan dizkie ekarpenak haiei ere.¹⁸⁴ (Kackman et al., 2011: 4)

Baina telebistako testuak ekoiztu eta igorri ez ezik berrerabili, berprogramatu, zatikatu eta berzirkulatzen badira, non hasten da eta non amaitzen da telebistako edukia? Non hasten da eta non amaitzen da telebista bera? Telebistaren zera hori definitze aldera gogoratu beharrekoa da Raymond Williamsek telebistaren jarioa (flow) saio, iragarki, aurrikuspen, trailer eta bestelakoen elkarbizitza eta talka bezala definitu zuela telebista ikustearen esperientzia zentral gisa. Bestela esanda, telebista programazioa ez datzala testu diskretuen

¹⁸³ “Not so much than ten years ago. NBC had put one half hour of network prime time news to fill. Now the corporation has to program hundreds of hours per day with ‘new’ programs across various electronic and digital networks.”

¹⁸⁴ “Today we might call it “repurposed content,” but from the 1950s to the present, transmediation has often been standard industry practice. (...) the boundaries between seemingly disparate media forms have long been quite porous. If mobility of forms across multiple media industries and technologies is a key criterion for understanding “convergence,” then early television certainly qualifies. Television has always borrowed from, exploited, and contributed to other media.”

jarrai soilean, baizik eta jario horren plangintzan, jario planifikatuan (Williams & Williams, 2003). Jarioaren kontzeptuari tiraka, Kackman eta abarrek “Jarioak telebista testu diskretuaren ideia zalantzan jartzen badu, bateratzeak telebistaren objektu diskretuaren izaera zalantzan jartzen”¹⁸⁵ (Kackman et al., 2011: 1) duela gaineratzen dute.

Zinemaren eta telebistaren arteko hartuemanak, adibidez, argiro azaltzen du telebistaren hasierako izaera orojalea. Agian orojaletasun horrek eragin du Telebista Ikaskuntzetan telebistaren espezifikotasunaren, haren berariazko ezaugarrien bilaketa gogotsua. Bignellen hitzetan, “Telebista Ikaskuntzek komunikabide honek nola komunikatzen duen definitzen saiatu dira (...) telebistaren komunikazioaren edota zinema edo irratia artean bereizten.”¹⁸⁶ (Bignell, 2008: 3). Telebistaren bateratzerako joera edo gaitasuna modu naturalean hartu da, teknikoki beste komunikabideetatik elikatze (irudi eta soinuak berjabetu eta zirkulazio berrian jartzeko) gaitasun teknikoaz oharturik, eta, hartara, telebistaren berezitasunak azpimarratzean hartu da ardura, haren bateratzerako aukeretan zentratu ordez.

Telebista Ikaskuntzen literaturaren zati esanguratsua zuzendu da beste komunikabideekin alderatzera, irratia-errekiko -igorpena, zuzenekotasuna, funtzio publikoa-, edo zinemarekiko -irudiak mugimenduan, fikzioa- kasu (Brunsdon, 1998: 96), telebistaren izaera definitzen saiatzeko. Digitalizazioak, noski, bereizte saiakerak berriro zaildu ditu, ikus-entzule orojalearen gosea berpiztuz eta ekoizpenerako zirkulazio bide berriak ahalbidetzerakoan. Geroz eta zailagoa da bereizketok lerro zuzenekin egitea. Google-ek ehun milioi dolarreko inbertsioa agindu zuen YouTube bideo atarian ekoizpen propiodun edukia eskaintzeko 2012tik aurrera (Urkizu, 2011b). Jaiotzatik bertatik linealtasunetik at dagoen komunikabide batean telebista tradizionalaren igorpen-eredu linealak ere txertatzen ari dira, telebista eta interneten arteko hibridoek bide eginez.

Egoera honetan, Telebista Ikaskuntzek estrategia berriak garatu dituzte bateratze digitalaren garaian telebista zer den definitzerako orduan. Daniel Chamberlainek, adibidez, kable, kable digital eta satelite digitalek hornitzen duten etxeko telebistetaz gain, saioen grabaketa (eta geroagoko ikustea), bideoen erreproduzitzea eta internet edota eskuko telefonoen bidezko kontsumoa ere barne hartzen ditu “telebista ikustea” kategoriaren baitan (Chamberlain, 2011: 16). Ikerlariaren esanetan, komunikabideen bateratzearen garaian telebistaren ezaugarri espezifikoak ez da jada zuzenekotasuna eta jarioa izango, baizik eta erabateko pertsonalizazioa eta edukiaren gainerako kontrola (zer ikusi, noiz ikusi, non ikusi): “Azaleratzen ari diren telebista ikusteko moduak ez dira hainbeste sekuentziazte denboralean eta

¹⁸⁵ “If flow challenges the idea of the discrete television text, then convergence destabilizes the notion of television as a discrete object.”

¹⁸⁶ “Television Studies has tried to define how the medium communicates (..) distinguishing between television communication and the media of cinema or radio, for example.”

aldibereko ikusleritzan gertatzen, baizik eta zer, eta geroz eta gehiago, noiz ikustearen aukeraketa asinkronikoan”¹⁸⁷ (Chamberlain, 2011: 20). Agian Caldwellek arrazoa du, dioenean:

Jokalari instituzional mordo batek, bai industrialak (ordenagailuen zein entretenimenduaren industriak eta Hollywood eta zinemaren industriak) bai akademikoak (teoria kulturala eta zinema ikaskuntzak) kale egin dute digitalerako aldaketa ´ekidiezina´ kudeatu eta, honi zentzua eman nahian, oharkabea pasa dute komunikabide zaharren eta komunikabide berrien arteko zubi setati eta kexatia: telebista. (Caldwell, 2004: 70)¹⁸⁸.

Komunikabide zahar deritzogu, aurreko mendearen erdialdera bakarrik bihurtu zen arren masa erabilerarako elektrotresna; baina komunikabide berri bezala dihardu telebistak, internetek bezala, beste komunikabideetatik edan eta beste komunikabideetara isuritzeko gaitasuna agertu baitu jaiotzetik bertatik. Beharbada telebistaren adibide “setati eta kexatian” datza, hain zuzen ere, komunikabideen bateratzearen gakoa.

2.2.1.6. CROSSMEDIA ETA TRANSMEDIA

Dela alde narratibotik, hau da, istorioak kontatzen diren moduaren ikuspegitik, dela hartzailearen aldetik, edo istorio hauek irakurtzen diren moduaren ikuspegitik, crossmedia eta transmedia estrategiak, edo, nahiago bada, komunikabideartekotasuna eta komunikabidez harantzakotasuna, bateratzearen isla eta ispilu dira egungo paisaia mediatikoan.

Crossmedia terminoak hainbat komunikabidetan aldi berean, edo zenbait alditan planifikatzen den kontakizuna dakar gogora. Hala, egungo forma kultural asko eta asko ez dira komunikabide bakarrean aineratzen, alderantziz baizik, komunikabide anitzetarako planteatzen eta komunikabide anitzetan plazaratzen diren testuak dira. Telebista saioen sindikazioa, adibidez, saio baten ekoizpen kostuak amortizatu eta etekinak maximizatzeko estrategia baina ez da, jatorrizko emisioak bere kabuz kosteei aurre egiteko nahikoa ez dela jakinik. Crossmediak, aldiz, sindikazio mota berri bat dakar komunikazio industria bateratuentzat, komunikabide eta plataforma ezberdinen arteko sinergiak eraikitzea

¹⁸⁷ “Emergent modes of television viewing are predicated less on explicit temporal sequencing and simultaneous spectatorship than on asynchronous viewer choices of what, when, and, increasingly, where to watch.”

¹⁸⁸ “A range of institutional players attempting to manage and make sense of the ´inevitable´ shift to digital –both industrial (the computer and entertainment industries and Hollywood and the film industry) and academic (cultural theory and film studies)- all failed to recognize one persistent and nagging bridge between old media and new media: television.”

ahalbidetzen baitu. Hala, telebista saio arrakastatsuak zinemarako film bihur daitezke, komiki edo eleberri entzutetsuak pantaila ezberdinetara egokitzen dira, eta batzuek zein besteei bideojoko berriei hasiera eman diezaiekete, eskala ekonomia komunikatiboak sortuz, eta ikus-entzuleei sarbide anitzak eskainiz haien aisiazko esperientziaren bilaketa horretan.

Egokitzapenak eta *remake* edo berregiteak crossmedia estrategien baitan kokatu ohi dira, lehen urrunak ziruditen euskarri eta plataformak eduki komun baten garraiorako bilduz. Fenomenoa, bateratzearena bezala, ez da berria: H. G. Wellsen “Munduen Gerra” eleberria irratirako egokitu zuen Orson Wellesek 1938an, testu idatziak ez zuen egiantza hartuz ahotsaren eta soinu efektuen bidez –zinez, eleberriaren kasuan zalantzan jarri ezina zen fikzio izaera galdu zuen entzule askorentzat-. Hala ere, egun, komunikabideen bateratzeak eta teknologia digitalek cross mediarako joera modu indartsuan bultzatu dute, Larrañaga eta abarrek “kazetari multimedia” zeritzoten figura ohiko eginez. Bødker eta Bechmann Petersenek dioten bezala, “ez da soilik materiale digitalek edukia komunikazio plataforma anitzetarako ekoiztea ahalbidetzen dutela, hainbat komunikabide erabiltzeak plataforma hauek gurutzatzen dituzten albistegi modu berriak bultzatzen ditu” (Bødker & Bechmann Petersen, 2007: 539-566: 539) ¹⁸⁹.

Era berean, albistegietan ez ezik, eta Wellsen eleberriaren adibidea berreskuratuz, egun Munduen Gerra ez da eleberria eta irratsaioa bakarrik, baizik eta baita telebista saioa eta bi film ere (1953koa lehenengoa, 2005eko egokitzapena bigarrena), baita internet bidezko MMORPG¹⁹⁰ edo lineako jokalaria anitzeko rol-joko masiboa ere.

Soto Sanfielek diskurtso akademiko, industrial eta politikoetan plataforma anitzetarako edukiak sortzeko gai diren profesionalen aldeko joera –edo beharra, solaskidearen arabera- identifikatzen du, “oso-osoan edo zatika, sinkronia maila altuago edo apalagoaz hainbat komunikabide edo gailutan igorri eta kontsumitu daitezkeen” mezuak sortzeko gai direnak, alegia (Soto Sanfiel, 2008: 140). Testuak moldatu eta egokitzeko gaitasuna, bai aurretiazkoa eta baita gerora burutzen dena ere, bateratzearen kulturaren abilezia profesional eta industrial estimatua da, ikus-entzuleriaren arreta erraria eskuratu eta leialtasuna sortzeko balio baitezake, kapital testualaren gaineko etekina maximizatzeaz gain. Eduki crossmediatikoa edo komunikabideen arteko edukia, plataforma anitzetarako prestatutako edo moldatutako edukia da hortaz.

¹⁸⁹ “Not only do the digital materials make it possible to produce content for several different media platforms; the utilization of the different media strengths further supports new forms of news-coverage that cross these platforms.”

¹⁹⁰ Massively Multiplayer Online Role-Playing Game.

Transmedia terminoak, berriz, hasiera hasieratik mezuaren konposizioan aldi bereko edo hainbat alditako (hau da, modu sinkronikoan ala ez sinkronikoan) igorpena du bere baitan; plataforma anitzetan zehar kontatzen den istorioa, alegia, ez plataforma anitzetan errepikatzen dena. Jenkinsek *Komunikabideen Bateratzearen Logika Kulturala*¹⁹¹ artikuluan The Blair Witch Project, Pokemon eta Matrix frankiziak aipatzen ditu *transmedia storytelling* edo kontakizun transmediatikoaren paradigma gisa.(Jenkins, 2004). Kasu horietan komunikabide bakoitzeko agerpenak ekarpen elkarlotu bat dakarkio unibertso narratiboari; unibertso beraren partaide da, baina ez bere osotasuna, edukiontzira birmoldatua. Hala, agerpen orok nolabaiteko autonomia izan behar duen arren bere kasa ulertu eta gozatua izateko moduan, lan horien arteko elkarrekintzak ordura arte posible ez zen konpexutasun eta sakontasun aukera berriak ahalbidetzen dizkie zaleei. Kontakizun transmediatikoak herri kultura aberastu edo are gehiago homogeneousatuko duen ikusteko dago, baina bateratzearen alde garrantzitsua gorpuzten du bere horretan, bai industriaren jardura berrien aldetik, eta baita ikus-entzuleen praktika eta esperientzia modu berrien agerpenaren aldetik ere.

2.2.2. BATERATZE TEKNOLOGIKO-INDUSTRIALAZ HARATAGO

Komunikabide nagusietan digitalizazioak eta bateratzeak sorrarazi dituen olatuak berrikusi ditugun arren, komunikabideen bateratzea, eremu teknologiko eta industrialean baino, gizarte eta kultura mailan gertatzen dela gogoratu beharra dago. Komunikabideek euren horretan jasan dituzten eraldaketak ez dira nahikoa bateratzearen irismen osoa neurtzeko, hartzaileek, kontsumitzaileek egiten duten komunikabideen erabilera aztertu beharrean gaude. Jenkinsek esplizituki heltzen dio gako horri. Kontua ez da hainbeste teknologia edo eredu industrialak nola eta zenbateraino aldatu diren :

Kontsumitzaile zaharrak pasibotzat hartzen ziren, kontsumitzaile berria aktiboa da. Kontsumitzaile zaharrak aurreikusten errazak eta egonkorak ziren, kontsumitzaile berriak aldiz migrariak dira, telebista sare edo komunikabideekiko leialtasun galkorrekoak. Kontsumitzaile zaharrak norbanako isolatuak ziren, kontsumitzaile berriak berriz sozialki konektatuago daude. Kontsumitzaile zaharrak esanekoak ziren, baina kontsumitzaile berriek aurka egiten dute, komunikabideak euren esku hartuz.

¹⁹¹ The Cultural Logic of Media Convergence.

Komunikabideen kontsumitzaileen lana behin isila eta ikustezina zen, eta gaur zatatsua eta publikoa da.¹⁹² (Jenkins, 2004: 37-38)

Hortaz, kontsumitzaile berba badarabil ere, ikus-entzulearen figura da berez, aldatu dena. Lehenago esanekoa, pasiboa, aurreikusten erraza, leiala eta autismo sozialaren trazuak zituen, orain zera erresistente, migrari, aktibo, konektatu eta zatatsu bilakatu da. Aztertutako komunikabideekin bezala, ezin guztiz esan kontsumitzaile edo ikus-entzule beraren aurrean gaudenik, eskukoari telefono, telebistari telebista eta audientziari audientzia deitzen jarraitzen dugun arren. Adierazgarria da oso autore berak bateratzea definitzeko proposatzean “entretanimenduzko esperientziei” egiten dien erreferentzia, zuzenean lan honen iker objektua den aisiazko esperientziarekin lotuta agertzen baita: “Bateratzearekin, komunikazio plataforma anitzen arteko edukiaren jarioa, komunikazio industriaren arteko elkarlana eta nahi dituzten entretanimenduzko esperientzien bila ia-edonora joateko prest dauden komunikabideen ikus-entzuleen jokabide migratzailea esan nahi dut.”¹⁹³ (Jenkins, 2006: 2).

Aisia, beraz, gakoa izango da ikus-entzuleen portaera ulertu ahal izateko, berau izango baita paisaia mediatiko berrian hartzaileen mugimenduen eta arretaren motibazioarako faktore nagusia. Komunikabideen bateratzean, beraz, audientzia migrariak aurkituko ditugu Jenkinsen ustez, nahi dituzten aisiazko esperientzien bila jarioan eurak ere, ikus-entzunezko edukia eta komunikabideak eurak bezala, medioari, plataformari, bidetari men egin gabe, leialtasuna atzean utzita. Komunikabideak eurak eta haien erabiltzaileak bezala, paisaia mediatiko berria, beraz, jada ez da zera geldia, egonkorra eta estatikoren zentzuan, baizik eta eboluzioan, jarioan dagoen zer dinamikoa.

Bat gatoz Jason Mittellekin: “Aldaketa teknologiko horiek familia bakoitzaren mikro mailan nola bizi diren aztertuz gero, komunikabideen bateratzeari buruzko eztabaidak estrategia industrial, borroka politiko eta komunikabide ingurumen orokortuetatik telebistaren teknologiak gure eguneroko bizitzan nola bizi diren aztertzea zuzendu ditzakegu.”¹⁹⁴ (Mittell, 2011: 46). Paisaia mediatikoaren lurrikarari ez dago neurria hartzerik hartzaileen eguneroko esperientziei erreparatu gabe, eta aisia komunikabideekiko harremanaren motibazio nagusia

¹⁹² “If old consumers were assumed to be passive, the new consumer is active. If old consumers were predictable and stationary, then new consumers are migratory, showing a declining loyalty to networks or even media. If old consumers were isolated individuals, then new consumers are more socially connected. If old consumers were seen as compliant, then new consumers are resistant, taking media into their own hands. If the work of media consumers was once silent and invisible, they are now noisy and public.”

¹⁹³ “By convergence, I mean the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behaviour of media audiences who will go almost anywhere in search of the entertainment experiences they want.”

¹⁹⁴ “By examining how these technological shifts are experienced at the micro- level of the individual family, we can reorient discussions of media convergence away from the broad level of industrial strategies, policy battles, and generalized medium environments, focusing on how television technologies are experienced as part of everyday life.”

izanik, aisiazko esperientziak zentraltasun ekidiezina hartzen du bateratzea aztertzerako orduan. Mittelek komunikazio teknologiak faktore teknologiko, instituzional eta kulturalen elkargurutzeak moldatzen dituela uste du. Elkargurutze horiek, Jenkinsekin bat gatoz, aurreikusi ezin diren gizarte erabilera eta ondorioak dituzte.

Telebista-testuen ekoizpena hainbat komunikabide konglomeraturen esku dago gero eta gehiago, eta telebistaren edukiak egun webgune, eskuko telefono, iPod eta abarrekoetan daude eskuragarri aldi berean: telebista testuak euskarriari gainezka egin dio eta hamaika plataformatan eskuratu daiteke aldi berean. Baina paisaia mediatiko berria aurrekoetatik benetan bereizten duena ikus-entzuleriaren jarduna eta esperientzia da; bere parte-hartzea komunikabideen ekosisteman. Ondorengo orrialdeetan landuko dugu kontzeptu hau.

2.3. KOMUNIKABIDEEN EKOSISTEMA

Aurreko ataletan ere jaso ditugun Henry Jenkins eta Mark Deuzek komunikazio industria eta audientzia ikerketen arteko banaketa historikoa gainditzeko deia egiten dute *Convergence* aldizkariaren 14. zenbakiaren sarreran:

Ez dago komunikazio enpresak bere horretan modu esanguratsuan aztertzerik, kontsumitzaileekin nola erlazionatzen diren ulertu gabe. Neurri berean, kontsumitzaileak, ikus-entzuleak, zaleen komunitateak, erabiltzaileak, nahi dugun bezala dei ditzakegu, baina ezin dira modu esanguratsuan ulertu operatzen duten testuinguru ekonomiko eta teknologikoen ulermen handiagorik gabe.¹⁹⁵ (Jenkins & Deuze, 2008: 5)

Komunikabideak haien kabuz, edo ikus-entzuleak haien kasa aztertzeak ez digu irudi osoa eskaintzen. Bestela esanda, komunikabideen espazioa eta beronen konfigurazioa ez ezik, subjektuek hauteman dezaketen paisaia ere hartu behar dugu kontuan, eta era berean, subjektuen hautemate eta jarduerak ez ezik, berauen testuinguru objektiboak ere aztertu behar dira, osotasunera hurbilduko bagara. Espazioaz eta paisaiatz haratago, komunikabideek eta ikus-entzuleek sistema bat osatzen dute, eragileak modu isolatuan aztertuta ulertu ezin dena. Komunikabideen erabiltzaileek kontsumo hutsaz haratago doazen ezaugarriak agertzen dituzte, inguru kulturalaren ekoizle eta parte-hartzaile lanak hartuz, eta, hartara, ez dago komunikabideen espazioa zerbait estatikoa, higiezin, absolutua bezala

¹⁹⁵ "Media companies can no longer be meaningfully studied in the absence of an understanding of how they relate to their consumers. By the same token, consumers, audiences, fan communities, users, call them what you wish, can no longer be meaningfully understood without a better understanding of the economic and technological contexts within which they operate."

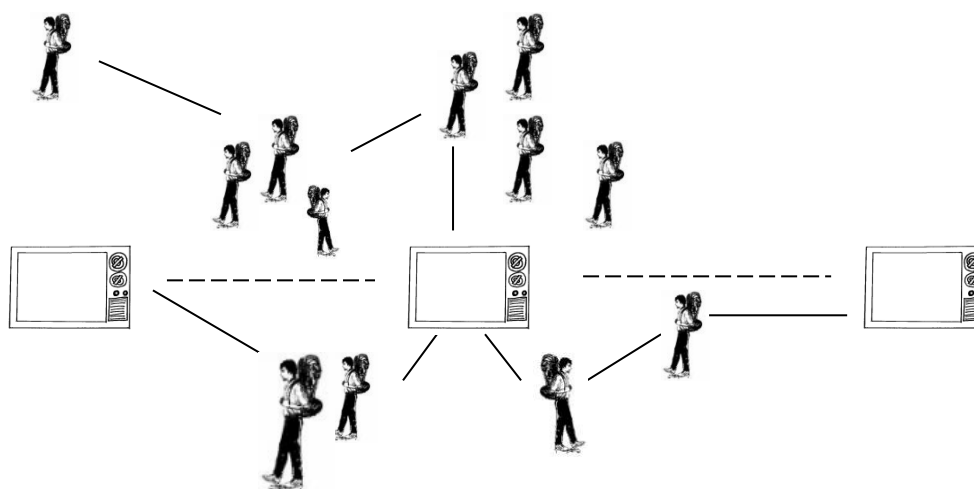
hartzerik, ez eta subjektuek so egiten dioten paisaia aldakor baina kanpoko bezala ulertzerik. Jenkins eta Deuzeren ohartarazpena horren kariatara dator, paisaia mediatikotik komunikabideen ekosistemara igarotzeko beharra azpimarratzen duelako. Terminoaren adiera ezberdinak eta ekarpen nagusiak laburbilduko ditugu segidan.

Yochai Benklerrek komunikazio modu eta baliabide berriek “komunikazio ekologia hibridoa” sortu dutela dio, non eragileen (merkatuak, amateurak, gobernuak, irabazi asmorik gabeko erakundeak, hezkuntza erakundeak, aktibistak eta bestelako erabiltzaileak) arteko elkar harremana gero eta modu konplexuagoan burutzen den (Benkler, 2006). Ekologia hibrido horretan, eragile guztiek izango dute modu batean edo bestean edukia sortu eta banatzeko gaitasuna, eta, hartara, botere eta erantzunkizuna komunikabideen ekosistema berrian. Ekoizle, hartzaile eta testu bakanek baino, gizarte harremanek, harreman sistema osoak hartuko du, zentzu horretan, garrantzia. Hori dela medio, berriro ere osotasuna aztertzearen aldeko aldarriaren aurrean gaude, sistema osoaren azterketa burutu beharraren aurrean.

Benklerrek sare digitalen baitan kokatzen badu ere ekologia hibrido berriaren muina, “(...) besteekin komunikatu nahi izatea ez zen baldintza nahikoa hala egin ahal izateko (...) Saretutako, ordenagailuek bitartekatutako komunikaziozko ingurumenaren azaleratzeak oinarritzko egitate hau aldatu du” (Benkler, 2006: 4)¹⁹⁶. Baina argudio bera aplika geniezaioke telebistaren ekosistemari ere, hemen ere boterea eta erantzunkizuna, edukiaren hartzea, ekoizpena eta berbanaketa ez baita bakuna, anitza eta saretua baizik. Telebista testuen hartze zuzena norantza bakarrekoa izan daitekeela argudia liteke, berau pantaila (piztuaren) aurrean burutzen den espazio eta denborari lotuz; baina irakurketa honek ez dio telebistarekin lotutako aisiazko jarduera eta esperientzien aberastasunari justiziarik egiten. Jakin badakigu telebistaren inguruko eguneroko zentzu eta esanahiak ez direla pantaila aurrean bakarrik jasotzen, negoziatzen eta zirkulazioan jartzen. Pantaila itzalita ere, telebistari buruz hitz egiten dugu, eta berau piztu aurretik ere badakigu zerbait ikusi nahi dugunari edo ikusi nahi ez dugunari buruz. Telebistarekin lotutako aisiazko harremanak ekosistema osoagoan gertatzen dira.

¹⁹⁶ “Wanting to communicate with others was not a sufficient condition to being able to do so (...) The rise of the networked, computer-mediated communications environment has changed this basic fact.”

6. IRUDIA: TELEBISTAREKIN LOTUTAKO AISIAZKO HARREMANAK.



Iturria: norberak egina.

Fenomenoa ez da, inolaz ere, berria: telebista ikustea gizarte jarduera izan da hasieratik bertatik. Bignellek Britainia Handiko telebistaren hastapenaren historian jasotzen duen bezala, “Gehienentzat telebista ikustearen esperientzia taldekoa zen, eta lagunen eta auzokideen etxeetan biltzen ziren telebista ikusteko, gertakari bezala”¹⁹⁷ (Bignell, 2008: 29). Denborarekin, telebista ikustearen jarduera indibidualagoa bihurtzen joan da, baina egungo bateratze digitalak berriro ere ikustearen gizarte izaera bultzatzen duela dirudi: “(...) erabiltzaileak teknologia digitalez jabetzen ari dira komunikabideen jarioa haien kontrolpera ekarri eta beste erabiltzaileekin elkarrekintzan jarduteko (eta elkarrekin sortzeko)” (Jenkins & Deuze, 2008: 6). Aldi berean, komunikazio enpresak bateratzearen aukera baliatzen ari dira ikus-entzunezko edukia banaketa kanal eta euskarri ezberdinetan hedatu eta etekinak irabazteko. Bi joera horiek, Jenkins eta Deuzeren arabera, elkar sendotzen dute batzuetan, ekoizle eta hartzaileen arteko harreman hurbil, aberats eta atsegingarriagoa ekarriz. Besteetan, aldiz, talka egiten dute elkarren artean, komunikabideen ekosistema berriaren presio ezberdinen arteko botere negoziazio etengabeei bidea irekiz.

Marshall McLuhanek habitat kultural terminoa erabili zuen ingurumen sinboliko mediatu honi erreferentzia egiteko: “Gure habitat kultural osoa, behin jendearen edukiontzi huts gisa ikusi genuena, komunikabideen eta espazioko sateliteen eraginez organismo bizi bilakazen ari da, berau ere lurraz haratagoko izaera duen makrokosmo edo connubium batean kokatuta”¹⁹⁸ (McLuhan, 2008: 2). McLuhanen aburuz, gakoa, berriro ere, sistema da, ez espazioa.

¹⁹⁷ “For most people the experience of watching television was collective, and they gathered in friend’s and neighbours’ houses to watch television as an event in itself.”

¹⁹⁸ “Our whole cultural habitat, which we once viewed as a mere container of people, is being transformed by these media and by space satellites into a living organism, itself contained within a new macrocosm or connubium of a supraterrrestrial nature.”

Komunikazio teknologiek espazioaren baitako elementuak elkarrekin harremanetan jartzerakoan izaki bizidunaren inguruneari izaki bizidunaren ezaugarriak eman dizkiotela uste du pentsalari kanadiarrak.

Bateratzearen izaera ekonomiko, teknologiko edo ekonomikoari buruz, aldiz, Levinek ohartarazten digu digitalizazioak berauen arteko mugak birrintzeko joera duela, eta oraindik ere formato eta euskarriekiko berariazko ezaugarriak identifikatzen baditugu (telebista testuaren ezaugarriak kasu) “bereizketa hauen sakonean sustraitutako boterea”¹⁹⁹ dela erantzulea (Levine, 2008: 407). Bateratzeak, bereizketa horiek disolbatzeko joerarekin batera, bereizketa horren aldeko diskurtsoak ere sendotzen ditu, Jenkins eta Deuze ere aipatzen dituen tentsio eta presioei, eta De Sola Poolek azpimarratutako unibertsaltasunerako eta partikularitasunerako joerei bide eginez.

Bateratzea ez da norantza bakarreko bidea; komunikabideen ekosistemak berak ere joera kontraesankorrak hartzen ditu bere magalean, eta batez ere komunikabideen espazioari buruzko ohiko ulerkera zalantzan jartzera behartzen gaitu.

Gerber eta Mandlerren ustez komunikabideen ekosistemari egotzi dakiokeen ezaugarri berri eta berezi bat, non, eta publizitatearen esparruan ematen da: kokapenarekiko askapena: “Lascaux haitzuloko irudietatik oraintxu arte, publizitatea, higiezinaren agentziak bezala, gauza bakarrari buruz izan da... kokapena, kokapena eta kokapena” (Gerber & Mandler, 2010: 9)²⁰⁰. *Oraintxu arte* horretan datza, noski, gakoa, bi ikerlarien ustetan aurrehistoriatik aro garaikideraino luzatu den joera bat aldatu baita: lehen aldiz produktuen merkaturatzaileek xede talde bat identifikatu ostean talde honek erabil zezakeen tokiak identifikatzeari ekiten zioten, bertan mezuak txertatzeko, mezuok jasoak, ikusiak, entzunak, irakurriak izango zirenaren esperoan. Komunikabideen ekosistema berrian, baina, hau ez da ezinbestez hala izango.

Kokapena, edo komunikabideei buruzko hizkeran egokiago esanda, ‘testuingurua’ edo ‘ingurunea’, iragarkia txertatuta dagoen komunikabidea, laster garrantzia galtzen hasiko da iragarleentzat, eta mezuak iragartzen diren produktu edo zerbitzuak erosteko aukera gehien duten norbanakoengana zuzentzeak ordezkatzeko du. Mezua berau daraman komunikabideari erreparatu gabe helaraziko da. Hau izango da

¹⁹⁹ “the deeply rooted power of those distinctions.”

²⁰⁰ “From the cave paintings of Lascaux until very recently, advertising, like real estate, has been about one thing location, location, location.”

komunikabideen ekosistemaren digitalizazioaren aldaketa benetan iraultzaileen arteko bat.²⁰¹(Gerber & Mandler, 2010: 9)

Mezua, euskarri edo kanalari erreparatu gabe (ez igorlearen ez eta hartzailearen aldetik) helarazten bada, kokapenean oinarritzen ez den komunikazioaren gakoa edukia intereseko izango duen hartzailearengana zuzenean jotzeko gaitasunean datza. Espazio mediatikoan objektuen arteko harreman erlatiboak badira garrantzitsuak, eta komunikabideen paisaia subjektuaren hautematea eta esanahiaren eraikuntza azpimarratzen bagenituen, komunikabideen ekosisteman partehartzea, interesa eta atxikimendua izango dira faktore garrantzitsuenak, euskarria eta kanala direlakoak direla, horien arteko mugak geroz eta lausoagoak egiten doazen heinean.

Kokapenaren osteko komunikazioaren muina Marshall McLuhanen esaldi batek laburtzen du, non eta Kevin McMahon eta David Sobelmanek zuzendutako McLuhan's Wake dokumentalean: "Jada ez duzu zertan nonbait egon edozer eskatu ahal izateko."²⁰² (McMahon & Sobelman, 2007).

2.3.1. AURREKARIAK: KOMUNIKABIDEEN EKOLOGIA

Komunikabideen ekosistemari buruz hitz egin ahal izateko ezinbestekoa da komunikabideen ekologiaren terminoari buruz hitz batzuk esatea; horreratako, ekidiezina da Neil Postman eta Marshall McLuhan gogora ekartzea. Izan ere, komunikabideen ekologia McLuhanen lanean sarri agertzen bada ere, eta terminoaren zabalkunde eta ospean zerikusi zuzena izan zuen arren, gehienetan modu alegoriko eta zunda edo probokazio gisa ageri zaigu, pentsalariaren ohiko estiloan. Neil Postmanek luzatu zuen, 1968an, esapiderearen lehen definizioaren saiakera, Lance Strate-ek jasotzen duen legez:

Komunikabide bat kultura bat bertan hazten den teknologia da; hau da, kultura baten politika, gizarte antolaketa ohizko pentsamoldeei forma ematen die. Ideia horrekin hasita, beste metafora biologiko bati ekin genion, ekologiari... Gure interesa ez zetzan soilik komunikabideetan, baizik eta komunikabideen eta gizakien arteko elkarrekintzak kultura bati bere nortasuna ematen dion moduetan eta, nolabait

²⁰¹ "Location, or more properly in media parlance "context" or "environment," the media in which an ad is inserted, will soon be receding in importance for advertisers, replaced instead with the direct targeting of messages to the individuals likely to purchase an advertiser's goods or services. This message will be delivered without regard to the media which carries it. It will be one of the truly revolutionary changes wrought by the digitization of the media ecosystem."

²⁰² "You no longer have to be anywhere in order to do everything."

esateko, nola lagun diezaiokeen kultura bat haren oreka sinbolikoari eusten.²⁰³
(Postman in Strate, 2006: 15)

Postmanen saiakera, aitzindaria izanik ere, sarri erasotua izan da, komunikabideen inguruneari giza kultura determinatzako gaitasuna ematen diolakoan. Nolako inguruak, halako kultura sortuko duela planteatzen duen determinismo teknologikoa proposatzea alegia. Strate bera komunikabideen ekologia horrela zehazten saiatuko da, determinismoa ñabartuz, Komunikabideen Ekologiaren Erakundearen presidente gisa, erakundearen berripaperean: “(...) komunikabide inguruneen ikaskuntza da, teknologia eta teknikek, informazio moduek eta komunikazio kodeek giza arazoetan paper garrantzitsua jokatzen dutelako ideia”²⁰⁴ (Media Ecology Association, 2009). Definizioak definizio, komunikabideen ekologia komunikabideek giza hautemate, ulermen, sentipen eta balioetan duen eraginaz arduratzen da, edo, hobe esanda, komunikabideekiko elkarrekintzak horietan duen eraginaz. Esperientzia berba sarri aipatzen ez bada ere, kontzeptuaren ardatz nagusietariko bat dela suma daiteke, batez ere Ipar Amerikako aldaeran²⁰⁵. Finean, Postmanek zehaztu bezala, komunikabideak ingurunea bailiran aztertzean datza²⁰⁶, komunikabide eta gizakien arteko elkarrekintza hartuz ikergai. Hortik, baita, Straten adierazpenak, “Marshall McLuhanek galaxia berba darabilenean berau sistema, ingurune edo ekologiaren sinonimo bezala”²⁰⁷ darabilela dionean (Strate, 2006: 22).

Elkarrekintza horien inguruan Raymond Williamsek eredu kulturalak “sentipen egitura”-tzat hartuko ditu, “kontzientziaren eta harremanen elementu afektibo” gisa, komunikabideen ekologiari egotzi izan zaion determinismo objektibistatik aldenduz (Williams, 1977: 132). Williamsen ekarpena garrantzitsua da, teknologia molde zehatz batetik emaitza zeharo ezberdinak irten daitezkeela planteatzen duelako, eta, zentzu horretan ezin esan daitezkeela teknologia konkretu batek gizarte ondorio edo erabilera multzo jakina dakarrenik besterik gabe. Lynn Schofield Clarke jaso bezala, “Williams teknologia bat nola erdiesten den galdetzeari ez uzteak arduratzen zuen. Argudiatu zuen aurretiaz gizarte praktikak existitzen

²⁰³ “A medium is a technology within which a culture grows; that is to say, it gives form to a culture’s politics, social organization, and habitual ways of thinking. Beginning with that idea, we invoked still another biological metaphor, that of ecology .. We were not simply interested in media, but in the ways in which the interaction between media and human beings gives a culture its character and, one might say, helps a culture to maintain symbolic balance.”

²⁰⁴ “It is the study of media environments, the idea that technology and techniques, modes of information and codes of communication play a leading role in human affairs.”

²⁰⁵ Europar tradizioko komunikabideen ekologia gehiago arduratzen da komunikabideen sistema dinamikoen azterketa materialaz, hartzaileen esperientziak baino.

²⁰⁶ “Eta inguruneak komunikabide bezala”, gaineratuko dio Stratek Komunikabideen Ekologia Erakundearen 3. Biltzarrean 2002an. (Strate, 2002: 1)

²⁰⁷ “Marshall McLuhan uses the word galaxy as a synonym for system, environment, or ecology.”

direnean soilik bihur daitezkeela teknologiak esanguratsu eta erabilgarri”²⁰⁸ (Clark, 2009: 92) eta, hortaz, teknologiek aurretiaz dauden desira edo interesekin topo egiten duten testuingurua aztertzea garrantzitsua dela. Williamsentzat teknologiak (komunikazioarenak barne) ez dira artekatu soilak, tresna edo makinak erabiltzeko beharrezkoak diren ezagutza, praktika eta abilezia jakinen gorpuzteak ere badira.

Bestela esanda, aldaketa teknologikoak bestelako gizarte aldaketa sakonagoen sintomatzat har daitezke (Williams & Williams, 2003: 5-6). Raymond Williamsen komunikabideen ekologiaren ulerkerak bereziki garrantzitsua da lan honetarako, teknologiak ez ezik, horien gizarte erabilerak eta ulerkerak baldintzatuko baititu ez bakarrik komunikabideekiko harremanak, baizik eta baita telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak eurak ere. Sonia Livingstonek halaxe ohartarazi gintuen:

“Gizartea aldaketa historiko baten lekuko izaten ari da komunikazio ingurune bikoitzetik, non masa komunikazioaren bitartekotza pixkanaka tradiziozko pertsonen arteko komunikazioan konfiantza osatzen eta ahultzen doan.”(S. Livingstone, 2009a: viii)

Komunikabideen ekosistema berrian, metafora espazialarekin jarraituz, komunikabideek gizabanako eta taldeentzat duten tokia, edo kokapena, ez da lehen zena. Aldatu egin da, aldatzen ari da, eboluzioan dago, eta ez da bakarra edo monolitikoa, tradizioz pertsonen arteko komunikazioak hartzen zituen funtzio batzuk hartu ditu, eta beste batzuk galtzen doa, eta, era berean, pertsonen arteko komunikazio zuzenak ere komunikabideek bitartekatutako masa komunikazioaren ezaugarri batzuk hartzen ditu, eta beste batzuk galdu, prozesu gradual eta norantza askoko batean. Norantza askoko, nodo eta gune askoko komunikazio ingurune horretarako mugimendua honela deskribatzen du Livingstonek:

Eboluzioan dauden saretutako komunikazio forma multimodal eta elkarreragileek ezaugarritutako ingurune anitz eta elkargurutzatu baterantz mugitzen ari gara. (...) Komunikazio forma berriek estu helduta gaudela dirudien arren, – digitalki bateratzaileak, berbitartekatuak, intertestualak- komunikazio ingurune osoaren analisisa da axola duena.”²⁰⁹ (S. Livingstone, 2009a: ix)

²⁰⁸ "Williams was concerned that we not dismiss the question of how a technology is achieved. He argued that technologies can become meaningful and useful only when social practices exist before them; the specific context in which the technologies can meet a preexisting desire or interest is important to consider."

²⁰⁹ "Society is witnessing a historic shift from a dualistic communication environment in which mass mediated communication variously gradually came to complement or undermine the traditional reliance on interpersonal communication. We are moving towards an environment characterized by diverse, intersecting, and still evolving forms of multimodal, interactive, networked forms of communication. (..) Although we seem gripped by new communicative forms -digitally convergent, hybridized, remediated, intertextual- it is the analysis of the entire communication environment that matters."

Antzera uste du Marshall McLuhanek ere: “Ingurunearen arazoez hurbilketa orok aldaketa etengabea dagoen ingurugiroaren matrize osoa hartzeko besteko bezain malgua eta moldakorra izan behar du.”²¹⁰ (McLuhan, 2008: 2). Osotasunarekiko hurbilketa, beraz, azterketa eredu integrala ez ezik, osotasun horren izaera aldakorra aitortu beharko du, McLuhanen ustetan; ingurunea aldatzen ari bada, harekiko hurbilketa saioek ere aldatzen jarraitu beharko dute, abiapuntu, teknika eta estrategia berriak esploratuz. Determinismo teknologikoa gain, aipu metaforiko, lizentzia poetiko eta teoria handinahien erabilera aurpegiratu izan zaio komunikabideen ekologiari (Clark, 2009: 91), eta Postman, McLuhan edota Livingstonen estiloa irakurrita ez da zaila arrazoiari erreparatzea. Hala ere, komunikabideen ekologia deritzogun diziplina arteko perspektiba teorikoen gorputz honek (Huan, 2011) aukera ematen du komunikabideen ekosistemari buruz hitz egin eta hausnartzeko, espazioari buruzko eztabaiek eta paisaiaren inguruko hausnarketek komunikabideen inguruan hausnartzeko bidea eman diguten bezala. Era berean, komunikabideen ekologia diziplina artekotasuna bereziki interesgarria da Aisiazko Ikaskuntzen perspektibatik.

Goazen, bada, komunikazioaren ekosistemak lan honetarako duen erabilera azaltzera. Horretarako, telebistaren ekosistema aztertuko dugu lehenengo eta behin, beronek jasan dituen eraldaketa nagusiak gogora ekarriz, eta ondoren ikus-entzuleriaren kontzepzioaren eboluzioa eta ikus-entzuleriaren eboluzioaren kontzeptua elkartuko ditugu, beronek telebistaren ekosisteman duen zeresana argitzeko.

2.3.2. TELEBISTAREN EKOSISTEMA

Gogora dezagun Williamsen ustez teknologiak ezagutza eta trebetasunen gorpuzteak ere badirela, eta teknologia gizarte praktika bat dagoenean soilik garatzen dela dioela²¹¹. Lan honetan telebistarekin lotutako aisiazko esperientziari buruz ari garela ere, abilezia, ezagutza, inplikazioa, hautematea eta esperientzia, euskarri teknologikoa bezain garrantzitsuak dira. Izatez, esan genezake garrantzitsuagoak direla, aldaketa teknologiko eta industrien aurreko jarrera, eta berauen eguneroko esanahia baititugu iker-objektu. Komunikabideen ekosistema berrian pantailak eurak ari dira ugaltzen, komunikazioaren inguruaren eraldaketei erantzunez: etxeko egongeletako pantaila lau erraldoiak zein iPod, tablet eta eskuko telefonoen pantailak izan daitezke telebista edukien hargailu. Baina zilegi

²¹⁰ “Any approach to environmental problems must be sufficiently flexible and adaptable to encompass the entire environmental matrix, which is in constant flux.”

²¹¹ Ikus aurreko atalean komunikabideen ekologia.

da pantaila are eta handiagoen, are eta txikiago hauen esangurari buruz galdetzea pertsonen egunerokotasunean. Izan ere, nekez azal genezake bata, bestea aztertu gabe.

Zentzu horretan, eta aurreko ataletan ikusi bezala, espazio mediatiko osoa, komunikabideen sistema guztia aldaketa sakonak jasaten ari da, digitalizazioaren eta bateratzearen eraginez. Telebista, noski, ez da salbuespena. 50eko hamarkadan gutxi gorabehera argi marraz zitekeen “telebista ikustearen” edo “telebista esperientziaren” definizioa (Abruzzese, Miconi, & Linares, 2004; Scaglioni & Sfardini, 2008) baina azken hamarkadako berrikuntza, dibertsifikatze eta hibridazio prozesuek telebista ekoiztu eta kontsumitzeko testuingurua, ekosistema bera, eraldatu egin dute, eta egun ez da hain erraza telebista ikustea zer den eta telebistarekin lotutako esperientziak zein diren zehaztea.

Ados gaude, alde horretatik, Anna Sfardinik dioenarekin: “Telebistak azterketa eremu pribilegiatua eskaintzen du gertatzen ari diren aldaketak behatu eta ulertzeko, ekoizpen, banaketa eta kontsumoaren planoetara kateatuta egonik, zeinak komunikabide horren izaera berdefinitzen ari diren, bai teknologia gisa eta baita forma kultural bezala ere.”²¹² (Sfardini, 2007/2008: 1).

Telebista komunikabideen bateratzearen bidegurutzean –agian baita gurutzbidean ere– kokatuta dago, eta Leopoldina Fortunatik aztertu bezala, aldi berean bateratze eta bereizte indarrek eragiten diote (Fortunati, 2005). Sare digitalak telebistaren izaeran eraldaketak eragiten ari badira, argudiatuko du ikerlariak, telebista ere bere izaera isurtzen ari da sare digitaletan: “...interneten mediatizazioak eta komunikabide tradizionalen interneteratzeak gure arreta bultzada eta kontrako bultzadetan paratzera garamatza, aldakuntza eta elkarren arteko sartu-irtenetara, zeinen erantzule komunikazio modu tradizionalak eta internet izan diren.”²¹³ (Fortunati, 2005: 27).

Sare digitalak egunkariak, irratia eta telebista, zinema eta publizitatea bera eraldatzen ari dira²¹⁴, eta gainera, ziurrenez, “modu atzeraezinean” (Fortunati, 2005: 28). Hortaz, ezin hitzegin genezake alde bakarreko eraginez, edo ezerezetik sortzen diren eraldaketa isolatuez. Berriro ere, ekosistemaren figurarekin aurkitzen gara aurrez aurre, non komunikabide tradizionalen eta interneten arteko talka eta elkarlanek ingurumen osoan

²¹² “La televisione rappresenta un campo d'analisi privilegiato per osservare e comprendere il cambiamento in atto, soggetta come è a notevoli mutamenti sul piano della riduzione, della diffusione e del suo consumo, che stanno ridefinendol'identità di questo mezzo come tecnologia e come forma culturale.”

²¹³ “...the mediatization of the internet and the internetization of the classic media focus our attention on the succession of thrusts and counter thrusts, modifications and reciprocal incursions, for which the traditional means of communication and the internet have been responsible.”

²¹⁴ Ikus bateratze teknologiko eta industrialari dagokion atalean zinema, irratia, internet eta telebistari dagozkion azpiatalak.

eragina duten. McLuhanen esanetan: “[Giza zentzumenen] hedapen orok, dela azalarena, eskuarena edo oinarena, multzo fisiko eta sozial osoari eragiten dio”²¹⁵ (McLuhan, 2001: 6).

Bateratzeak telebistaren ekoizpen, banaketa eta kontsumo moduei eragin diela egia da, baina, Fortunatik dioen bezala, telebistaren eragina ere eskerga da, bateratze prozesuan murgilduta dauden beste komunikabideen izaeran eta jardunean. Elkar eragite hau ekidiezina da, alde batetik espazio mediatiko berean jarduten dutelako, eta bestetik pertsonen haien egunerotasunean komunikabide ezberdinak erabiltzen dituztelako, ez bakarra. Komunikabideen ekosistema osatzen dute, ekosistema horren partaide dira, gizabanako eta taldeek haietan zentzua aurkitzen eta eraikitzen duten heinean, eta, horrela, komunikabideen azpiegitura teknologiko eta industrialak ere gizarte praktiken arabera eraldatzen doa.

Blumlerrek azaldu bezala (Blumler, 2001), telebistaren hastapenetako ikerlariak komunikabide bakar baten agerreran zentratzeko aukera izan zuten, honek gizartean, kulturen, pertsonen eta taldeen aisia izango zuen eragina ulertzen saiatzeko. Harekin alderatuta, egun bizitzen ari garen eraldaketaren eskala eskerga da, “ingurunezkoa”²¹⁶ (Blumler, 2001: xi). Telebistaren agerrera laku bare batera jaurtikitako arroka handi bat izan bazen, egungo komunikabideen ekosistemaren garapen teknologiko eta soziala “gehiago da harri ugariz osaturiko ekaitza bezalakoa, irakiten dagoen eta gurutzatzen diren itsasaldi aldakorrez jositako itsaso batean”²¹⁷

Egungo telebistaren ekosistema konplexua eta zatikatua da, hainbat telebista mota eta telebista ikusteko modu elkarrekin existitzen direlarik inguru aldakor batean: telebista analogikoa, lurreko telebista digitala, internet bidezko telebista, eskuko telefonoetarako moldatutako edukiak, bideo grabagailuak (hauek ere analogiko eta digitalak), ordaindutako edukia (edo *pay-per-view*), norberarenak diren ikus-entzunezko edukien bildumak, internet bidezko deskargak, eta geroz eta gehiago, Erabiltzaileek Sortutako Edukia (ESE edo UGC)²¹⁸).

Telebistarekin lotutako esperientziak zabaltzen, ugaltzen eta sarkorrangoak bihurtzen ari dira, aukera geroz eta zabalagoarekin, eta pertsonalizazio maila geroz eta altuagoarekin. Telebista-edukiek telebista gailuari gainezka egin diote, hamaika plataforma eta gailutara isuriz, eta inoiz baino gaitzagoa zaigu telebista non hasten den eta non amaitzen den zehaztasunez erabakitzea, eta telebista ikustea diogunean zeri buruz ari garen finkatzea.

²¹⁵ “Any extension, whether of skin, hand, or foot, affects the whole psychic and social complex.”

²¹⁶ “environmental.”

²¹⁷ “...is more like a storm of numerous stones raining continually down on a seething sea of shifting and cross-cutting tides.”

²¹⁸ User Generated Content.

Ezgonkortasun eta indefinizio egoera hau ulertzeko, ezinbestekoa da ikus-entzuleriaren kontzeptuari erreparatzea, beronen eboluzioa zuzenean lotuta baitago telebistaren ekosistemaren eboluzioarekin.

2.3.3. IKUS-ENTZULERIAREN EBOLUZIOA

Telebistaren ekosistema aztertzerako orduan kontzeptu argigarri bezain garrantzitsua da Philip Napolik proposatzen duen ikus-entzuleriaren eboluzioa²¹⁹. Napolik eboluzio hau izaki bizidunak inguruaren baldintzen aldaketan aurrean moldatzen diren modura ulertzen du; gizabanako eta giza taldeak haien inguru teknologiko, kultural eta sozialera egokitzen diren prozesua, alegia (Napoli, 2008; Napoli, 2011a). McLuhan komunikabideen ekosistemak zentzumenen hedapen bezala gizakiarengan duen eta izango duen eraginak arduratu zuen, eta Williamsek teknologiaren agerpena ahalbidetzen duten ezagutza modu eta gizarte praktikak interesgune zituen artean, Napolik ekosistema berrian ikus-entzuleriaren eraldaketak komunikazio industrientzat duen garrantzian jarri du arreta.

Horretarako, ikus-entzuleriaren eboluzioa komunikazio industriaren interes-talde ezberdinek (eduki ekoizleak, banatzaileak, iragarleak, erosle eta kontsumitzaileak, politikariak...) darabilten ulermen moldearekin lotuko du ikerlariak, baita molde honek ingurunearen aldaketan aurrean hartzen dituen forma berrieekin ere, egun, molde hori iragaite prozesuan murgilduta egoteko baldintza bereziak daudela argudiatuz:

Ingurunearen aldaketa hauek batez ere aldaketa teknologikoak hartzen dituzte euren baitan, zeinek aldi berean komunikabideen kontsumoa eta ikus-entzuleriari buruzko informazioa jasotzeko dinamikak eraldatzen dituzten. Aldaketa teknologiko hauek elkarren artean ere eragiten dute, komunikabideen kontsumo dinamiketan eragiten duten aldaketek ordura arte neurtezinak ziren ikus-entzuleen jokaerari buruzko informazioa eskuratzeko bideak zabaltzen dituztelarik.²²⁰ (Napoli, 2008: 1)

ikusi eta entzuteko zein ikusi eta entzutearen inguruko informazioa jasotzeko bide berri hauek osatzen duten “ikus-entzuleria instituzionala”, hau da, ikus-entzuleen portaera eta praktika multzoa eta interes-taldearen ikus-entzuleriaren kontzepzioa bera, ezinbestean eta

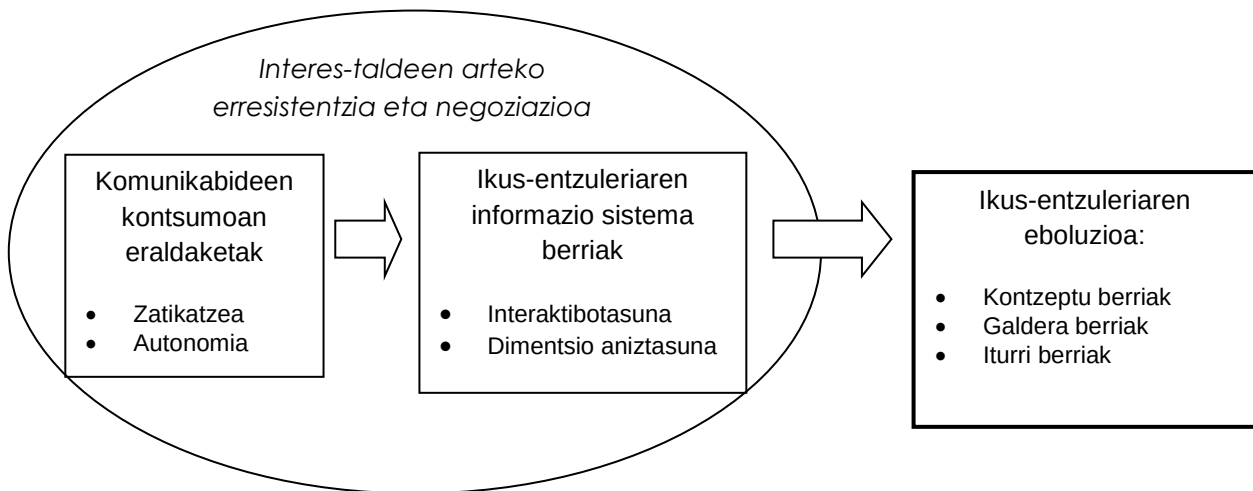
²¹⁹ Audience evolution.

²²⁰ “These environmental changes primarily involve technological changes that simultaneously transform the dynamics of media consumption as well as the dynamics of gathering information on various dimensions of audience behavior. These technological changes also interact with one another, in that the technological changes that affect the dynamics of media consumption also simultaneously provide new means of gathering information on previously unmeasurable aspects of audience behavior.”

modu atzeraezinean aldatzen ari direla argudiatu zuen ikerlariak Transforming Audiences Transforming Societies COST ekintzaren finlandiar kongresuan (Napoli, 2011b).

Horrela, komunikabideen ekosisteman parte hartzen duten interes taldeek elkarri eragingo diote, interes ezberdinak aurrez aurre jarritz, talka eginez eta negoziatuz, aldi berean ikusentzunezko edukiak kontsumitzeko eta kontsumo horiei buruzko informazioa eskuratu eta aztertzeke modu berrietara moldatuz:

7. IRUDIA: IKUS-ENTZULERIAREN EBOLUZIOA ETA KOMUNIKABIDEEN INDUSTRIA



Iturria: Norberak moldatua. (Napoli, 2011b)

Ikus-entzunezko edukien kontsumoan bi aldagai nagusi identifikatzen ditu Napolik: euskarri eta ikusleriaren zatikatzea, eta ikusleriaren autonomia hazkorra. Zatikatzea edo fragmentazioa, ikerlariak argudiatuko duenez, ikus-entzunezko edukien euskarri eta plataformen ugaritzean islatzen da, komunikabideen bateratzeari dagokion atalean aztertu dugun legez edukia garraiatzeko kanalak geroz eta gehiago direla ikusirik. Era berean, ikusleria ere hainbat euskarri eta komunikabidetan zatikatuta agertzen zaigu, Jenkinsek aipatutako entretenimendu esperientzien²²¹ bila, mugimenduan.

Hala ere, Napolik zatikatze hori teknologiak ahalbidetzen duen gradutik urrun dagoela ohartarazten du, aukera zabaltasun eta pertsonalizaziorako gaitasun teknikoetatik haratago, ikus-entzuleek nolabaiteko taldekatzea edo konpaktotasuna agertzen baitute. Berriro ere, de Sola Pool-ek aurrikusitako bateratze eta bereizterako joerak ageri dira elkarren ondoan:

²²¹ Gure ustetan "aisiazko esperientzien."

garapen teknologikoak nork bere edukia aukeratu eta kontsumitzea ahalbidetzen badu ere, ikus-entzuleen gizarte mailako praktikak bestelako agregazioa agertzen du.

Autonomiari dagokionez, ikus-entzuleriaren edukiaren gaineko kontrol hazkorrari dagokio: zer, non, noiz eta nola ikusi alegia. Ez kontsumitzaile gisa bakarrik, baita, geroz eta gehiago, ekoizle, birbanatzaile eta partehartzaile bezala ere. Ikus-entzuleriaren aktibotasun eta izaera parte-hartzaile honek eragin handia du noski, komunikabideen ekosistemaren ulermenean eta ikus-entzuleriaren kontzeptuaren eboluzioan.

Bi aldagai horiek zeharo eraldatu dute ikusentzunezko edukien kontsumoa, eta hein handi batean komunikabideek haien ikus-entzuleria ezagutzeko eta balioa eransteko zerabiltzaten metodologiak ezgaitu dituzte, espazioaren metaforarekin jarraituz astrofisikan materia iluna²²² deritzaion ikusleriaren jardura ezkutua agerian utziz. Industriak, eta akademiak, jakin badaki jardura hori, egon, badagoela, baina ez da gai haren konplexutasun hazkorra bere osotasunean aztertu eta azaltzeko. Ikus-entzuleriaren zatikatzea eta autonomia maila handitzen doazen heinean, materia ilun horren proportzioa geroz eta handiagoa da, eta, hortaz, ikus-entzuleriaren neurketarako teknika tradizionalen erabilera geroz eta problematikoagoa. Bestela esanda, komunikabideen ekonomiaren moneta tradizionala, ohiko truke txanpona, krisian dago.

Bestalde, aldaketa teknologikoek, komunikabideen bateratzeak eta digitalizazio prozesuak ikus-entzuleriari buruzko informazioa jasotzeko sistema berriak abiatzea ahalbidetu dute. Azpimarratzekoa da Napolik ikus-entzuleriaren *informazio sistema* terminoa aukeratzen duela ikus-entzuleriaren neurketaren aurretik. Bat gatoz bere aukerarekin; izan ere, neurketa berbak ikus-entzutearen jardunaren zenbaketa objektiboaren, esposaketaren neurtzearen doinua du, eta, lehenengo atalean aztertu bezala, telebistarekin lotutako jardura eta esperientziak ez dira alde objektiboan agortzen²²³. Komunikabideekiko harremana interaktiboa bihurtu ahala, ordura arte beha ezinak ziren ikus-entzuteko jardueraren dimentsioak behagarri bilakatzen dira (bilaketak, partehartzea edota zaleen modu anitzetako ekoizpena, kasu), esposizio-denboraz haratago.

Komunikabideen bateratzeak, zentzu horretan, komunikabide bati buruzko informazioa beste batean aztertzeko atea zabaldu dio industriari. Hala, telebistako saioei buruzko interneteko eztabaiden azterketa geroz eta ohikoagoa bihurtzen ari da, programatzaile, ekoizle eta iragarleentzat²²⁴. Ikus-entzuleriaren jardura eta kontzepzioa aldatzen doazen neurrian, hari

²²² Materia iluna erradiazio elektromagnetikorik igortzen ez duen materia da, hortaz zuzenean behatu ezin dena.

²²³ Ikus Aisiaren praktika (ikuspegi objektiboa) lan honen 1. atalean.

²²⁴ Ikus adibidez Nielsen konpainiaren *Buzzmetrics* zerbitzua, non produktu eta marka zehatzen inguruko interneteko eztabaidak arakutzen diren, informazio bila.

buruzko galdera berriak planteatzen ari da industria eta akademia, teknologiak eta gizarte praktikek zabaltzen dituzten iturri berriak baliatuz hauei erantzunak emateko.

Komunikabideen ekosisteman gertatzen ari diren aldaketok Ikus-entzuleriaren Ikerketetarako inplikazio nagusiak hiru puntu nagusitan laburbiltzen ditu Napolik (Napoli, 2011a). Lehenengo eta behin, ikus-entzuleriaren neurketa sistema tradizionalak ikus-entzuleen esposizio hutsaz haratago joan beharra behar dute, ikerlariaren ustetan. Hein horretan, saiakera batzuk ikus daitezke jada, ikus-entzuleriaren datu komertzialen forma berriak agertzen ari baitira: gogoratzea, atxikimendua, eta erantzun emozionala adibidez. Bestalde, Napoliren ustez une honetan aukera berezia dago ikus-entzuleenganako hurbilketa kualitatiboak burutu dituzten ikerlariantzat, komunikazio erakundeek haien ikus-entzuleria ulertu eta baloratzen duten moduari ekarpen esanguratsua egin baitiezaiekete. Akademiak, beraz, ikus-entzunezko industriei datuak interpretatzen eta testuinguru berrian kokatzen lagun diezaieke. Azkenik, egungo komunikabideen ikus-entzuleriei buruzko gako nagusien izaerak berak Ikus-entzuleriaren Ikerketaren tradizio ezberdinen arteko elkartrukea eta elkar polinizazioa bultzatzen eta eskatzen ditu, ustez urrunak ziren diziplinak elkarlanera hurbilduz. Metodologia kuantitatibo eta kualitatiboetatik hasita, aukera berriak daude elkartruke emankorrerako.

Jenkinsek ere antzerako parametroetan kokatzen du ikus-entzuleen ulerkera berrien garrantzia komunikabideen bateratzean: “kontsumitzaile aktibo eta kritikoaren ideia balio berria hartzen ari da, moneta bezala, komunikazio industrietan, eskuhartze akademikorako aukera berriak sortuz datorren hamarkadako komunikabideetako aldaketak baldintzatuko dituzten politiketan”²²⁵ (Jenkins, 2004: 38).

Ikus-entzuleriaren parte-hartze eta interaktibotasunaren bide beretik, Roberto Igarzak nanomarketing deituko dio hartzailearen norbanakotasuna eta mezuaren pertsonalizazioa oinarri hartzen dituen komunikabideen ekosistemari:

Ikus-entzuleria, objektu pasiboa baino, subjektu interaktiboa delako aitortzak beronen ezberdintzerako eta mezuen segmentaziorako atea zabaldu zuen, ondorengo masa komunikabideen eraldaketa ekarriz, hartzailearen indibidualizazioa eta mezuaren pertsonalizaziorako joerarako aldagaiak hartzean. (...) Oraindik homogeneous hartzen den ikus-entzuleriari mezu kopuru mugatua helarazi nahi dioten masa

²²⁵ “...the idea of the active and critical consumer is gaining new currency within media industries, creating new opportunities for academic intervention in the policy debates that will shape the next decade of media change.”

komunikabideak lekua galtzen ari dira komunikabide berrien interaktibotasunaren aurrean²²⁶. (Igarza, 2009: 47)

Zentzu horretan, ikus-entzuleriaren *nano* ikuspuntuak komunikabideen ekosistema berriaren zutabeetariko bat osatzen duela uste du Igarzak, ikus-entzunezko edukien kontsumo atsegingarrietara bideratutako haririk gabeko sareek eta gailu eramangarriek bultzatuta. Autorearen iritziz, telefonia mugikorra eta eskuko telefonoak ekosistema berriko protagonistarik garrantzitsuenetarikoak dira: “[telefonia mugikorrak] komunikabideen ekosistemaren zabaltze posiblea adierazten du, erabiltzailearekiko harremana hedatzeko aukera, aisia mediatikoari zuzendutako denbora tradizionaletatik haratago”²²⁷ (Igarza, 2009: 49). Testuinguru tekno-sozial honetan, telebistaren ekosistema berriari dagokionez, eta ikus-entzuleriaren lkerketari buruzko berriazko planteamenduak abiapuntu teorikoaren hirugarren atalean aztertuko diren arren²²⁸ komeni da ikus-entzuleriaren eboluzio honen inplikazioak azpimarratzea.

Napoliren ereduak agerian uzten du aldaketa teknologikoek komunikabideen ekosistema berrian duten garrantzia ukaezina, baina, aldi berean, aldaketok gizarte eta industria mailan, kontsumo modu eta ezagutza formetan dute zeresanik handiena, ez bere horretan. Telebista pantailen ugaltzeak edota internet bidezko telebista edukietarako sarbideak ikus-entzuleriaren kontzepzioa zalantzan jarri badu, ez da honek zuzenean ikus-entzuleei eragin dielako, ikus-entzuleen jokaera eta kontsumo moduak, teknologiaren erabilera bera aldatu direlako, eta hauek, era berean, ikus-entzuleriari buruzko informazio mota eta kantitate berriak eskuratzea ahalbidetu dutelako baizik. Berriz ere, sistemaren osotasuna eta eragile ezberdinen esanahien eraikuntza kontuan hartu gabe ez dago gertakariaren garrantzia ulertzerik: kontsumo moduak aldatu ahala, kontsumoari buruzko ezagutza ere aldatzen doa, eta ezagutza hau aldatzen doan heinean, ikus-entzuleriaren ulerkera bera eraldatu eta moldatu egiten da ingurune berrira. Ikusleariaren kontzeptuaren eboluzioak komunikabideekiko esposizioaz haratago, eta ikusleriaren tamainaz baino haren jardueraz (objektibo nahiz subjektiboaz) arduratzea eragiten ari da, eta, hartara, bete-betean erantzuten dio komunikabideen ekosistemaren planteamenduari, non ikus-entzuleak sistema osoaren partaide eta eragile diren.

²²⁶ “El reconocimiento de que la audiencia no es un objeto pasivo sino un sujeto interactivo abrió camino a su diferenciación y a la segmentación de los mensajes con la consecuente transformación de los medios de comunicación masiva, los que introdujeron variantes que tienden a la individualización del receptor y una personalización del mensaje. (..) Los medios masivos que pretenden aún enviar un número limitado de mensajes a una audiencia masiva considerada homogénea pierden terreno frente a la interactividad de los nuevos medios.”

²²⁷ “...la TM representa una posible expansión del ecosistema mediático, una oportunidad de ensanchar la relación con el usuario más allá de los tiempos tradicionales destinados al ocio mediático.”

²²⁸ Ikus 3. atala: Telebista eta ikus-entzuleak.

Kontua, beraz, berriro ere, ez da zenbat denbora eta noiz ematen dugun zein telebista saio ikusten, baizik eta zer egiten dugun ikusten dugun horrekin, zentzu zabal eta betiere konplexuan. Horrek, telebista ekosistema berrian zer den eta birpentsatu behar izatera garamatza zuzenean.

2.3.4. TELEBISTA GURE GARAIA.

Zaila zaigu, ezinezkoa ez bada, XXI. mendeko hiritarraren aisiaz hitz egitea testu mediatikoen kontsumoaz, ekoizpenaz eta parte hartzeaz arduratu gabe, telebistarenak barne. Ikus-entzunezkoen presentzia eta eragina areagotu egin dira gure gizartean pantailak eta gailuak txikitu, ugaltu eta garraiatzeko errazagoak bihurtu diren eta etxeko egongela, logela eta sukaldeak okupatu dituzten heinean. Baina, eskaintzen diogun astiari begiratuta, telebistak hedabideen errege izaten jarraitzen du Europako herrialdeen eta Euskal Herriko batez besteko joerei erreparatuta.

Telebista zentrala da, bai eskaintzen zaion denbora eta arretaren aldetik, eta baita pertsonen astialdian hartzen duen pisuaren aldetik ere. Hala ere, telebistaren tokia zeharo aldatu da azken urteotan: aldaketa teknologiko eta sozialek telebistak paisaia mediatikoan duen kokapena goitik behera eraldatu dute, eta argudia daiteke kokapenarekin batera, haren ulerkera eta izaera ere bilakatu egin direla.

Internet bidezko irratari irrat deitzen diogu, irrat uhinen bidez igorri eta jasotzen ez dugun arren. Gure eskuko telefonoek, deiak egin eta hartzeaz gain, filmak ikusteko, antzerkirako edo kontzertuetarako sarrerak erosteko, berriak irakurtzeko eta e-mailak erantzuteko balio duten arren, oraindik ere telefono deitzen diegu. Beste horrenbeste zinemarekin, non hasierako zuri beltzezko fotograma mutuei soinua ez ezik 3. dimentsioa gehitu zaien, eta kasuren batean baita laugarrena ere²²⁹, eta hala ere Lumière anaien zuri beltzezko film labur mutuei emandako denominazio bera darabilgu egunerokoan. Ikus-entzunezko edukien ekoizpen, banaketa eta kontsumorako sistema bezala telebista iragaite prozesu sakon batean murgilduta dago telebista komunikabideen ekosistema osoari eragiten dioten eraldaketa teknologiko, industrial eta sozialen eraginez. Zein da, hortaz, egun telebista deritzogun telebista? Zertaz ari gara, telebista diogunean?

Greziar urruna (tele) eta latindar ikusmena (visio) lotzerakoan sortutako berba da *tele-bista*. Urrunekoa hurbil egiteko aparailua, bere izenean ere denboran eta espazioan banatuta

²²⁹ Ikus adibidez Robert Rodriguezen *Spy Kids 4D* filmean (2011) betaurreko berezien bidezko 3D sentsazioaz gain ikus-entzuleek lurrin ezberdindun txartelen bidez filmeko usainetara sarbidea duten "aromascopes" delakoaren bidez.

ditugun bi hizkuntza batzen dituen eta beste hamaika hizkuntzatar, tartean euskarara, isuri den terminoa. Telebista bidegurutze teknologikotik ez ezik (telegrafoaren, argazkigintzaren eta iratiaren teknologien bateratzea ere bada telebista, beste askoren artean), bidegurutze linguistikotik sortutako errealitatea da telebistarena.

Lehen adiera bakarrekoak ziren telebista, pantaila edo tresnaren terminoak definitzen zailagoak bilakatzen ari dira, ahalmen tekniko berriak garatzen eta erabilera ezberdinak ahalbidetzen doazen heinean. Telebista zenak espazioan nahiz denboran urrun dagoenaren ikusteko gaitasuna, baina baita aukeraketa urruneko leku batetatik egiten den sistema betiere mugatua eskaintzen zituen. Egun, ordea, ikusgai denaren gaineko kontrol handiagoa (magnetoskopioen *time-shifting* edo programazioaren denboraren gaineko kontrola edo *pay-per-view* edo eduki zehatzen erosketak eta kontsumorako funtzioak txertatzerakoan) eta testuen urruneko antolamentuarekiko nolabaiteko burujabetza hartzen ari da telebista. Watkinsonek jaso bezala:

Kontsumorako magnetoskopioen garapena telebista komertzialaren linealtasunaren amaierarako pausu txiki bat izan zen. Geroz eta ikusle gehiagok [sic] magnetoskopioa iragarki tarteetan jauzi egiteko erabiltzen dute, ez bakarrik programazioaren denboraren gaineko kontrola izateko. Bideoaren biltegitratze ez-linearra duela gutxira arte aplikazio profesionaletara mugatzen zen. Baina disko gogorren kostuaren jaitsierarekin, bideoaren biltegitratze ez-linearra orain kontsumorako produktua da.²³⁰ (Watkinson, 2001: 33)

Emisioa noiz ikusi erabakitzea ez ezik, edukiaren kontsumo ez linearra ahalbidetu ditu lehenengo magnetoskopioak eta, geroago, grabagailu digitalen. Are gehiago, telebista aparatua, tresna bezala, urruneko emisioen hargailu (geroz eta digitalagoen) eta norberak aukeratutako eduki eta inguruneen (norbere bilduma multimediatik edukiak, Erabiltzaileek Sortutako Edukiak, zein bideojokoak bezalako aisiazko inguru digitalen) pantaila bihurtu da apurka apurka: leiho eta ispilu, aldi berean.

Etxeko magnetoskopioek telebistaren denboraren gaineko kontrola ekarri zuten etxeetara, edukien grabaketa eta kontsumo asinkronikoa ahalbidetuz. Interneterako banda zabaleko sarbideak berriz espazioaren gaineko nagusitasuna eskaini du, muga geografikoez haraindiko edukiak eskuratzea posible eginez, jada telebista hibridoa edo HbbTV²³¹ bezalako izenak hartzen ari den teknologia bikoitzen bidez (uhin hertziar zein seinale digitaletaz gain, interneterako konexioa duten telebista gailuak). VHS teknologiak telebista saioen ordutegiei

²³⁰ The development of the consumer VCR was a small step to end the linearity of commercial television. Increasing numbers of viewers use VCRs not just as time shifters but also as a means of fast-forwarding through the commercial breaks. The non-linear storage of video was until recently restricted by economics to professional applications. However, with the falling cost of hard drives, non-linear video storage is now a consumer product. (

²³¹ Hybrid Broadcast Broadband Television.

garrantzia kendu zien, eta internet herrialde eta telebista kateen arteko mugak eraisten ari da telebista-zale askorentzat. Era berean, telebista digitalak eta komunikabideen ekosisteman parte hartzen duten bestelako komunikazioaren teknologiek sekula ez bezalako parte-hartzea eta zeresana ahalbidetu dizkiote hartzaile/erabiltzaileari.

Urruna hurbiltzen ari da, gure garaiko telebistan. Bai ikus-entzunezko edukien sortaren zabaltzearen aldetik espazio/denboraren koordinatuei dagokienez, eta baita edukien aukeraketa eta antolaketari dagokionez ere, ikus-entzuleriari kontrol handiagoa eskaintzerakoan. Telebista, gailu bezala, teknikoki urruneko emisioen hargailu hutsetik haratago, ikusleriaren aisiazko praktiken, edo, nahiago bada, entretenimenduzko edo aisiazko esperientzien bilaketarako jardueren zerbitzura dagoen tresna bilakatzen ari da geroz eta gehiago. Lehen telebista edo urruneko ikusmena zena *holo-bista* edo erabateko ikusmen edo guztizko ikusmen bilakatzen ari dela argudia daiteke, kanpotik ezarritako edukien artikulazioa gainditzea ahalbidetzen baitu, neurri batean, espazio eta denboraren gaineko kontrol handiagoa eskainiz hartzailea baino gehiago erabiltzaile bihurtzen ari denari. Edo, ingurunearen metaforarekin jarraiki, *eko-bistaz* hitz egin genezake agian: bateratze prozesu etengabekoan murgilduta dagoen testu, formatu eta plataformen arteko elkar mendeotasunaz, non ikus-entzuleriak bere jarduera ingurune anizkUNETAN bideratzen duen. Komunikabideen ekosistema konplexu eta aldakorren baitan, eko-bistak unean uneko beharrian eta desirei unean uneko aukerekin erantzutea ahalbidetuko luke, nork bere testuingurura moldatuz, beren-beregi konfiguratuz gailua, eta beronen ulerkera eta erabilera, lehentasun pertsonal eta sozialetara.

Watkinsonek “telebista komertzialaren ahultasun nagusia” deritzon linealtasuna (Watkinson, 2001: 33)²³² gainduta dago neurri batean, edo, hobe esanda, telebista lineala ez da jada telebista bakarra. Igorleak urrunetik erabakitako sekuentzialtasunaz gaindi, ikus-entzuleak hedabideen arteko mugen gainetik jardungo dute desira dituzten bizipenen bila (Jenkins, 2004; Jenkins, 2006).

Garrantzitsua da azpimarratzea bizipen hauek aisiari dagozkionak direla gehienbat, eta ez hainbeste beharrari lotutakoak. Telebistaren ekosistemaren ikuspegitik, beraz, aisiazko esperientziak gakoa dira ez soilik ikus-entzuleriaren migrazio prozesuak azaltzerako orduan, baizik eta komunikabideen konfigurazio subjektibo horien aldetik ere. Nahi dituzten aisiazko esperientzien bila ari diren ikus-entzule migrariek osatuko dute, beraz, komunikabideen bateratzearen ikusleriaren aldea. Haiek ere jarioan, telebistaren irudi eta soinuak bezala, medioari, plataformari, bideari men egin gabe, leialtasuna atzean utzita. Komunikabideen kontsumoaren alde objektiboari bakarrik erreparatuta, hau da, esposizioaren “kontaketa”

²³² The biggest vulnerability of commercial television is that it is linear.

soilean geldituta bakarrik, telebistak oraindik komunikabideen ekosistemaren zutabe zentral izaten jarraitzen badu ere, badira bere zentralitatea zalantzan jartzen hasteko arrastoak, jada joera aldaketa baterantz goazela iradokitzen duten adierazle batzuk: belaunaldi gazteen interneten erabilera adibidez, telebistaren kontsumoarekin alderatuta.

European Interactive Advertising Association EIAA iragarki tarteen salmenta zentralaren “Mediascope Europe 2010” argitalpenaren arabera, 2008. urtean Espainiar Estatuan telebista gutxien kontsumitzen zuten biztanleak 16 eta 24 urte bitartekoak dira (%89k bakarrik adierazi zuen telebista ikusten duela) eta modu intentsiboan gutxien ikusten dutenak (%51k bakarrik adierazi zuen modu intentsiboan ikusten zuela telebista)²³³ (EIAA, 2010: 12). Ez hori bakarrik: arreta medio bakarrari zuzentzetik urrun, hedabide ezberdinen aldebereko kontsumoa ere gero eta garrantzitsuagoa bihurtzen ari da Europan ikerketa beraren arabera²³⁴. Telebista beste edozein hedabide baino gehiago kontsumitzen da -inkestatuen %94k aitortzen du ikusten duela, aldizkari, irrati, egunkari, ordenagailu bidezko internet edo eskuko telefonoen gainetik-, baina, aldi berean, bestelako hedabideak kontsumitzea bultzatzen duela dirudi. Inkestatuen %28k interneten erabiltzen du ordenagailu bidez telebista ikustearekin batera, %25ak egunkaria irakurtzen du, %20k aldizkariak, %12k irrati entzuten duela dio, eta %4k eskuko telefonoen bidez konektatzen da internetera. %43k bakarrik dio telebista ikustea jarduera bakarreko praktika dela (EIAA, 2010: 23).

Komunikabideen paisaian gertatzen ari diren mugimenduek hedabideen arteko distantziak, mugak eta harremanak eraldatzea ekarri dute, elkarrekiko kokapenak berdefinizio prozesu batera eramanez eta plataforma anitzen arteko edukiaren jariora ahalbidetuz. Agian are garrantzitsuago, pertsonen hedabideekiko duten harremana, hedabideek pertsonen egunerokotasunean hartzen duten lekua aldatu egin da erabat. Juan Freirek Informazio eta Komunikazioaren Teknologiekin lotzen du informazio eta komunikazioarekin lotutako paradigma sozio-tekniko berria kultura postdigitalaz hitz egiteko:

Gure gizarteak azken hamarkadetan bilakaera sozial, kultural eta ekonomiko garrantzitsuak jasan ditu informazio eta komunikazioaren teknologien garapenari lotutako paradigma soziotekniko berriaren sarreraren ondorioz. Aldaketa horiek ez dira soilik edo nagusiki instrumentalak izango, baizik eta transformazio sakonagoak balore, antolaketa eredu eta praktiketan. (...) Agian “kultura postdigital” terminoa aproposagoa da teknologia jada gure bizitzaren parte den eszenatokia

²³³ EIAA (2010). *Mediascope Europe 2010. Resultados de España*. Febrero 2010.

²³⁴ Hamar herrialde Europarretan hartutako lagina (Erresuma Batua, Norvegia, Frantzia, Portugal, Suedia, Espainia, Suitza, Danimarka, Italia eta Belgika) n= 9.385.

identifikatzeko, non esanguratsuena sortzen diren praktika, erakunde eta balio berriak diren. (Freire, 2010)²³⁵

Paradigma aldaketa honi jarraiki, hedabideek pertsonen bizitzan jokatzeko duten papera ez da jada duela hamar edo duela bost urte betetzen zutena, ematen diegun esanahia ez da berdina, eta pertsonen eta hedabideen arteko harremanetatik sortzen diren praktika, erakunde eta balio berriak transformazio sakonagoen adierazgarri eta eragile dira aldi berean.

Telebista aldatu egin da, berrikuntza teknologiko eta sozialen eraginez, eta, ondorioz, pertsonen telebistarekiko eratzeko dituzten aisiazko harremanak ere aldatu egin dira ezinbestez. Testuinguru horretan bereziki eskas gelditzen da audientzia azterketa tradizionalen hurbilketa kuantitatiboa pertsonen telebistarekiko agertzen dituzten praktikak neurtzeko. Haratago joan beharra dago pertsonen telebistarekin harremanetan bizi dituzten aisiazko esperientzietan murgiltzeko, eta telebistak egunerokoan hartzen duen lekua ulertzeko. Horretaz jardungo dugu hurrengo orrialdeetan, egun telebista (ikustea) zer den galderari erantzuten saiatzerakoan.

2.3.5. ZER DA TELEBISTA (IKUSTEA)?

Hamaika laguni aisia zer den galdetuz gero, hamaika erantzun jasoko genituzkeela genioen aurreko kapituluan²³⁶, eta hasiera batean hala eman ez balezake ere, antzera gertatzen da telebistari buruz galdetutakoan. Agian lehenengo erantzuna “zer izango da ba!” izan liteke: telebista egongelan dagoen elektrotresna hori da, eta telebista ikustea horri begira egotea, aisia zer den galdetuta berau behararen ostean norberarentzat gelditzen den denbora aipatzen denean bezala, baina azalari azkura eginez gero, berehalak agertzen dira ñabardurak, zalantzak, eta ezberdintasunak.

Saio edo eduki jakin baten zalearentzat, telebista iragarkien tarteetan gertatzen dena da. Iragarle eta telebista ekoizleentzat, finantzen ikuspegitik, saioen tarteetan dauden iragarkietan datza telebista. Williams eta abarrek telebista saio, iragarki, soinu eta irudien jario integrala dela iradokiko dute, bata bestearengandik bereiztea telebistaren izaera galtzea

²³⁵ “Nuestra sociedad ha sufrido en las últimas décadas importantes transformaciones sociales, culturales y económicas como resultado de la irrupción de un nuevo paradigma sociotécnico asociado al desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones. No se trata solo ni principalmente de cambios instrumentales, sino de transformaciones más profundas en los valores, los modelos organizativos y las prácticas. (...) quizás el término “cultura postdigital” sea más apropiado para identificar un escenario en que la tecnología es ya una parte esencial de nuestras vidas y en las que lo relevante son las nuevas prácticas, organizaciones y valores que surgen.”

²³⁶ Ikus “Aisiaren esanahiak” lan honen 1. kapituluan.

dela ohartaraziz. Hizkuntza komunitateen ikuspegitik, hizkuntza gutxituentzat telebista “estatus sinbolo” izan daiteke, Elynn Haf Gruffyd Jonesek jaso bezala hizkuntzari gizarte esangura eskaini diezaiokeelarik:

Komunikabide garestia denez, bere existentziak berak hizkuntza baten ekonomia susper dezake; ofizialtasunaren aitortpena behar du lehenengo eta behin sortu ahal izateko; ikus-entzunezko komunikabide bezala, alfabetatze maila baxua eskatzen du ikus-entzuleen aldetik, hizkuntza gutxitudun komunitateetan arazo iraunkorrari aurre hartuz, eta komunikabide ikusgarri bezala - komunitatearen baitan zein haratago-hizkuntza (oraindik) bizirik dagoenaren erakusle bezala balio du. (Jones, 2008: 58)²³⁷

Telebista ikustea, bestalde, gure espazio mediatikoaren zati baina, egituratzaile bilakatu da, ezinbestean parte hartzen dugun komunikabideen ekosistemaren osagarri, eta pertsona orok du telebistarekiko iritzia eta telebistari buruzko ulermena. Berriro ere Jones aipatuz, telebistak nolabaiteko “unibertsaltasun eta abilezia” agertzen du “entretanimendu arinerako” zein “eztabaida sakonerako”, ume gazteenenengana zein belaunaldi zaharrenenengana eta ia etxe guztietara ailegatzen da (Jones, 2008: 58). Hain da nonahikoa, hain da egunerokoa haren presentzia, ezen, zuzenean ez bada zeharka, pertsona oro baitago kontaktuan telebistarekin.

Hartara, telebista ulertzeko modu asko daude, eta ditugu, ezinbestean. Sarri “mundura irekitako mundua” bezala deskribatua, berri-iturri, irakasle eta “komunitate irudikatuaren” eraikitzailetzat ere hartua izan da (Kortti & Mähönen, 2009: 49-67: 50)²³⁸. Baina, oro har, telebistari kultura baxuko ezaugarriak egozten dizkiogu: “Telebista, kalekoa baino etxekoa, garaikidea baino, zaharkitua, adierazpen artistikorako bide baino, lotura komertzialek mugatutakoa bailitzan izan da marraztua, eta komunikabideen aro berrian, mugikorra eta interaktiboa baino, estatikoa eta norabide bakarrekota bezala egun.”²³⁹ (Levine, 2008: 405). Bestela esanda, komunikabide zentrala eta nonahikoa izan arren, kultura gabeziaren edota maila kultural apalaren estigma ezarri izan zaio.

Bignellen ustez, telebistaren izaera modu askotara uler, eta, hortaz, azter daiteke (Bignell, 2008: 2): testu bezala, telebista saioen analisiaren bidez; erakunde industrial bezala, haren

²³⁷ “As an expensive medium, its very existence can stimulate the economy of a language; as a highly regulated medium, it requires recognition by officialdom in order for it to be created in the first place; as an audio - visual medium it asks little of the literacy levels of its viewers, which is a persistent problem in many minority language communities; and as a visible medium – both within the community and beyond – serves as tangible evidence that the language is (still) alive.”

²³⁸ “Often described as a ‘window on the world’, television is examined as a news medium, a teacher and a maker of an ‘imagined community’ (Anderson, 1983).”

²³⁹ Television has been, and often still is, constructed as domestic rather than public, as old-fashioned rather than edgy, as a product of commercial constraints rather than artistic expressiveness, and now, in the new media age, as static and unidirectional rather than mobile and interactive.

antolaketa eta ekoizpen praktikak aztertuz; kultura bezala, kultura garaikidean duen lekua eta Ikus-entzuleriaren Ikerketa soziologikoen bidez; eta historia bezala, telebistaren garapena eta beronen emankizunen politika aztertuz. Telebistaren ulermenak haren azterketa baldintzatzen du, eta, alderantziz, telebistaren azterketak, honen ulermenari ematen dio forma.

Esan genezake, haren adiera ezberdinetan, telebistak Le Diberdier eta Coste-Cerdanek (Coste Cerdan & Le Diberder, 1990) identifikatu gabeko objektu soziala osatzen duela: etxeko gailu elektronikoa, erakunde soziala, ikusentzunezko edukien ekoizpen, banaketa eta kontsumo sistema, aisiazko praktika, industria, merkatua... Javier Callejok aipaturiko nortasun anitzeko komunikabidea (Callejo, 1995) gizarte mailan irudikatutako ezaugarriak pilatzen doa, irudikapen horien artean ikusleriarena berarena agertzen zaigularik, bere burua telebistaren aurrean irudikatuz. Komunikabideen ekosistema aldakorrean are zailagoa bihurtzen da telebista zer den argiro mugatzea eta telebista ikustea zer den zehazki eta behin betiko definitzea. Izan ere, telebistak gizartean duen kokapena aldakorra da, telebistaren erakundeak eurek eraldatze etengabea dihardute, eta, aldi berean, “telebistaren ikus-entzuleriaren kontzepzioak eta telebista ikustearen natura bera” (Bignell, 2008: 6) aldatzen ari dira.

Telebistaren izaera aldakorra eta ezegonkorra Stephen Heathek argiro erretratatu zuen: “Objektu nolabait zaila, ezegonkorra, leku guztian zehar dagoena, hari buruz diogun ezeri ihes egiteko joera isekagarria duena: aldaketen abiadura dela eta (teknologian, ekonomian, programazioan), haren jario amaigabea (irudi eta soinuak, haien orainaldi desagerkorra), egunerokotasun kuantitatiboa (komunikabidearen kalitatea bera, egunero-egunero)...”²⁴⁰ (Heath, 1990: 267). Telebista ikerlarien definitzeko saiakerekin trufatzen dela dirudi, igortzen duen irudi eta soinuaren fluxu aldakorrean bera ere, etengabeko eraldaketa eta moldaketa prozesuan. Baina arrazoia du, telebistaren izaera sarkor eta labainkorra azpimarratzerakoan.

Zentzu horretan, Kelly-Holmesekin bat gatoz, “Telebista hain ikerketa-objektu erakargarri eta erronkarako egiten duena da, hain zuzen ere, hain frustrantea bihurtzen duena: bere ezegonkortasuna.”²⁴¹ (Kelly-Holmes, 1999: 1). Eta telebista ezegonkorra bada, zer esanik ez telebista ikustea. Telebista ikustea aztertzerako orduan diziplinartasuna aldarrikatuko dute Michael Kackman eta abarrek “‘telebista ikustearen’ jarduera sozial eta funtsean porotsua”

²⁴⁰ “a somewhat difficult object, unstable, all over the place, tending derisively to escape anything we say about it: given the speed of its changes (in technology, economics, programming), its interminable flow (of images and sounds, their endlessly disappearing present), its quantitative everydayness (the very quality of his medium each and every day).”

²⁴¹ “What makes television such a fascinating and challenging object of study is precisely what makes it so frustrating: its instability.”

²⁴² (Kackman et al., 2011: 2) aipatzerakoan. Telebista ez da errealitate hermetikoa, iragazkaitza; alderantziz: teknologikoki zein sozialki iragazkorra, porotsua den errealitate ezegonkor eta erronkaz betea osatzen du.

Jason Mittellek (Mittell, 2011) “TiVoing Childhood” artikuluan bere esperientzia pertsonalean oinarritutako hausnarketa proposatzen du grabagailu digitalek familia osoaren, baina batez ere umeen, egungo telebistarekiko jokabideak eta beronen ulerkera nola eraldatu duten gogoraraziz. Autoreak “komunikazio teknologien esangura” (Mittell, 2011: 46) errotik aldarazidioten bi gertakari aipatzen ditu: seme-alaben jaiotza eta TiVo telebista digitalerako sarbidea eta edukiak disko gogorrean grabatzea ahalbidetzen duen zerbitzuaren erosketa. Mittellen ustez, bai gurasoentzat eta baita umeentzat ere, ikus-entzunezko edukiak grabatu eta nahi erara ikusi ahal izateak telebista ulertzeko moduan zuzenean eragiten du, “gure teknologiaren erabilerak berauen esanahi eta erabileren perspektiba kokatzen”²⁴³ (Mittell, 2011: 48) dituelako. Zentzu horretan, komunikazio teknologien ikuspegi epistemologikoaren alde egiten du ikerlariak, pertsonak teknologia jakin baten inguruan nola pentsatzen duten eta testuinguru teknologikoei gizarte praktikak nola baldintzatzen dituzten aztertzearen aldeko deia eginez.

Raymond Williamsek gogorarazi bezala, telebistaren asmakuntza ezin da gertakari bakarrera, ez eta gertakari segida jakin batera murriztu. Horrela, “[Telebistaren asmakuntza] elektrizitate, telegrafia, argazkigintza, film eta irratan emandako asmakuntza eta garapenen multzoen menpe egon zen (...) Baina epe bakoitzean beste helburu nagusi batzuekin burututako asmakuntzetan oinarritu beharra izan zuen bere egikaritzarako”²⁴⁴ (Williams & Williams, 2003: 7). Hartara, telebistaren ideiak hainbat helburutarako garatutako teknologien bateratzea ekarri zuen, bat-bateko asmakuntza teknologikoa baino gehiago. Garapen teknologikorako ideia ezberdinen (argazkigintza, telegrafoa, telefonoa...) oinordekoa da.

Esana dugu jada bidegurutzeko errealitate linguistikoa dela telebista izena, greziar eta latindar hitzen elkarketan. Williamsi jarraiki, gainera, bidegurutze teknologikoa ere gaineratu beharko genioke, digitalizazio prozesua baino askoz lehenago hasitako komunikabideen bateratzearen adibidea osatzen baitu telebistak berak. Ikerlariaren ustetan telebistaren teknologia modu isolatuan aztertzea, edo telebista saio edo kate bakarrari buruz aritzea zuhaitzak basotzat hartzea bezalakoa da, telebista “gizarte teknologia bat baita, balio kulturalen instantziazioa, denboran eta tokian errotutakoa. Kackman eta abarrek jaso bezala,

²⁴² “the essentially social, and porous, act of ‘watching television’.”

²⁴³ “...our use of technology frames our perspectives on its meanings and uses.”

²⁴⁴ “It depended on a complex of inventions and developments in electricity, telegraphy, photography and motion pictures, and radio.(...) Yet in each of these stages it depended for parts of its realisation on inventions made with other ends primarily in view.”

“(…) haren formak, egiturak eta esangurak ez datoz besterik gabe komunikabidearengandik, eta ez dira inoiz finkoak edo aldaezinak”²⁴⁵ (Kackman et al., 2011: 2). Williamsen aburuz telebista ulertzeko, hortaz, berau –beronen testuak, beronen erabilerak, beronen formak...- testuinguru historiko eta kulturalean ondo kokatuta aztertu beharra dago, telebista ikustearen errealitatea ez baitator zuzenean komunikabidetik bertatik, kulturaren erakundetze zehatzen islatik baizik.

Telebista gizartean eta pertsonen egunerokotasunean hain errealitate sarkorra eta nonahikoa izanik, eta eraldaketa eta bateratze prozesu sakonean murgilduta dagoen komunikabideen ekosistema baten baitan, telebista gailuaren espezifikotasuna geroz eta iheskorragoa zaigu. McLuhanek eta Deuzeke aipatu bezala, ikustezina egiten zaigu sarri²⁴⁶ (Deuze, 2011; McLuhan, 2008). Williamsek berak arazoa bere horretan aitortzen du: “Benetan ez dakigu, kasu zehatz bakoitzean, teknologia batez ari garen ala teknologiaren erabileraz ari garen adibidez, beharrezko erakundeei buruz ala erakunde berezi eta aldagarrietaz, edukiari buruz ala formaz.”²⁴⁷ (Williams & Williams, 2003: 2). Egungo komunikabideen ekosisteman telebista zer den eta zer ez den behin eta betiko zehatzen setatu beharrean ordea, telebistaren izaera ezegonkor eta iragazkor honek ikerketarako abagunea zabaltzen digulakoan gaude. Izan ere, telebista zer den eta telebista ikustea zer den galdetzea telebistarekiko gu zer garen galdetzea ere bada. Bi galderek, gure ustez, zeresan handia dute elkarrekiko.

Roger Silverstonentzat telebista ikustea “termino ia takigrafikoa da” ikus-entzuleriaren praktika eta esperientzien ugaritasunari erreferentzia egiteko “behin-behinean” definitzen dena (Silverstone, 1996: 77). Are garrantzitsuago, ikus-entzuleriaren ikerlari beteranoren ustetan gutxitan ematen da errealitatean telebista ikuste hutsa²⁴⁸: Zentzu horretan, lan honetan zehar telebistaren eta telebista ikustearen ikuspegi agnostikoa hartuko dugu oinarri, ikus-entzuleei galdeginez bi esapideek duten esangurari buruz, aldeztu aurretik mota bateko edo besteko definizioetatik abiatu beharrean. Telebista ikustea esapide “takigrafikoaren” atzean errealitate anitz ezkututzen da, eta errealitate horietara hurbiltzeko ez dago berauen protagonistei galdetzea beste aukerarik.

“Telebista egunerokotasunaren baitako zerbait da. Bata ikertzea bestea ikertzea da”²⁴⁹ (Silverstone, 1996: 77), eta, zentzu horretan, iragaite garrantzitsuena, aldi berean

²⁴⁵ “Its forms, structures, and meanings neither inhere to the medium itself nor are ever fixed or immutable.”

²⁴⁶ Ikus espazio mediatikoari dagokion atala.

²⁴⁷ “We really do not know, in any particular case, whether, for example, we are talking about a technology or about the uses of a technology; about necessary institutions or particular and changeable institutions; about a content or about a form.”

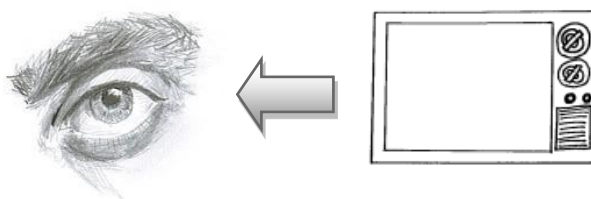
²⁴⁸ “... la acción pura de ver la televisión”

²⁴⁹ “La televisión es algo propio de la vida cotidiana. Estudiar una es al mismo tiempo estudiar la otra.”

marrazteko zailena dena, ez datza telebistaren garapen teknologikoan edo industriaren eraldaketetan, ikus-entzuleriaren aisiazko praktika, jokabide eta esperientzietan baizik: telebista subjektuen eguneroko espazio eta uneetan inskribatzen diren moduetan alegia. XX. eta XXI. mendeetan hasieran aisiazko ohitura, praktika eta bizipenak aldatu diren modu berean, telebista bera eta telebistarekiko lotutako bizipenak ulertzeko moduak ere arras eraldatu direla uste dut. Aldaketa horiek erronka eta aukera bereziak eskaintzen dizkigute, komunikabideekin orokorrean, eta telebistarekin zehazki, lotutako aisiazko esperientziei buruz galdetzeko.

Komunikabideen ekosistemaren muturreko eraldaketen aro honetan, ezinbestekoa zaigu telebistaren kontzeptua berpentsatzea eta bere esangura ugariak berreraikitzea ikus-entzuleriaren aisiazko esperientzietatik abiatuta. Hala, ezinbestekoa zaigu atal honen hasieran aipatutako ikusmen eredua telebistari dagokionean pentsatzea. Alhazenek begiaren igorpen eredua arbuia zuen, giza begiak, ikusi ahal izateko, kanpoko argi iturri baten beharra zuela frogatzean. Telebistak, definizioz, argi iturri propioa eskaintzen dio giza begiari, eta hartara tartean-sartzearen eredua baino, eredu ptolomeikoak egokiagoa lirudike.

8. IRUDIA: TELEBISTAREN IKUSMEN FISIOLOGIKOA



Iturria: norberak egina.

Gakoa, noski, definizioetan dago. Ikustea giza begien eta nerbio-sistemaren elkarrekintzaren bidez gertatzen den fenomeno fisiologiko gisa hartzen badugu, norantza bakarreko prozesu baten aurrean geundeko. Ikusteari, ordea, irudi (eta soinu) hartze edo kontsumo horri beste zerbait eskatu eta esanguren sorrera eta bilatutako plazerren bizipena galderan sartzen baditugu, eredua irauli egiten da. Ikus-entzuleen telebistarekin lotutako aisiazko esperientziek ezinbestez eskatzen dute aktibotasun gradu bat, ikus-entzuleriaren nolabaiteko parte-hartzea, telebista pantailaren argi izpi eta soinu uhinen hartze hutsa baino gehiago barne hartzen dituen.

Lan honi dagokion telebista berau ikusten duten pertsonak eraikitzen dutena da. Gizabanako eta taldeek telebistarekin ezartzen dituzten harremanak. Nola ikusten, irakurtzen, ulertzen, gorrotatzen, maitatzen, kontuan hartzen eta baztertzen duten haien eguneroko bizitzan. Interesgarri zaigun telebista audientzien aisiazko esperientziak ahalbidetu edo ezindu,

erraztu edo oztopatu, mugatu edo baldintzatzen dituen da. Ikuspegi horretatik, ezin onar dezakegu telebistaren ikusmen eredua norantza bakarreko gezian agortzen denik.

Antzerako zentzuan, John Hartleyk zalantza interesgarria plazaratzen du, honakoa dioenean: "...azken mendean zehar, zinemak, irratiak eta telebistak giza kontalaritza sistema industrialera eskalatu dute, non milioika lagunak ikusten duten, baina apenas ehuneko batek egiten duen idazketa." ²⁵⁰ (Hartley, 2009: 132). Hartara, XX. mendean zehar telebistak "koblakari funtzioa" ²⁵¹ (Fiske & Hartley, 2003; Hartley, 2008) komunikabideen ekosistema berrian zalantzan dagoela azpimarratuko du ikerleak, igaro den mendeko norantza bakarreko kontalaritza multimedia gaindituta dagoelako hein handi batean. YouTube guneak "estilo zaharreko telebistaren eta berriaren" (Hartley, 2009: 133) arteko ezberdintasuna ezin argiago adierazten duela uste du ikerlariak, tresna digital berriekin telebista testuak berregin, sortu eta argitaratzen dituen geroz eta jende gehiago dagoela gogoraraziz.

Aisiazko esperientzian oinarritutako telebista ikustearen azterketarako eredu batek ezinbestez gainditu beharra du ikusmenaren eredu norantza bakarreko bat, eta telebistaren ulermen, erabilera eta interpretazio ezberdinei lekua egingo diena proposatu behar du. Telebista ikustea, zentzu horretan, pantailaren aurreko irudi eta soinuen hartze hutsa baino gehiago aisiazko praktika eta aisiazko esperientzia bilakatzen da, esanahi eta ulerkera ezberdinak pilatuz. Telebista, dela estilo zaharrekoa edo berrikoa, Hartleyren hitzetan, ez dago isolatuta komunikabideen ekosisteman, ez eta haren ikus-entzuleak ere. Norantza bakarreko kontalaritza edo ikuste ereduak, pantaila bakarraren aurreko esposizio denboraren neurketak eta alderaketa demografikoak ez dira nahikoa, ikus-entzuleen esperientziak miazteko.

Ardura horrekin abiatzen da lan honen hirugarren kapitulua, "Telebista eta Ikus-entzuleriaren Ikerketa", ikus-entzuleriaren ikerketek ikus-entzuleriaren jarduera objektibo eta subjektiboaren eta telebistarekin lotutako aisiazko esperientziei buruz ein dezaketen ekarpenetan sakontzeko asmoz.

²⁵⁰ "... over the past century, cinema, radio and television have all organized and scaled human storytelling into a industrial system, where millions watch but mere hundreds do the writing."

²⁵¹ "Bardic function"

2.4. LABURBILDUZ: TELEBISTAREN IRAGAITEA

Bigarren kapitulu honetan telebistak komunikabideen ekosisteman duen posizioa eta eragina aztertu ditugu, eraldaketa teknologiko, industrial eta sozialek eragin eta baldintzatu dituzten leku-aldaketak eta mugimenduak elkarren harremanean jarritz. Espazioaren metafora garrantzi handikoa izan zaigu horretarako, eta komunikabideen eta espazioaren arteko harremanak miatuz hasi gara, espazio mediatikoaren eta komunikabideen paisaiaren irudiak erabiliz egun telebista kokatuta dagoen komunikazio sistema berpentsatzeko.

Bigarren zatian, komunikabideen bateratzeak edo konbergentziaren kontzeptua ekarri nahi izan dugu gurera, alde batetik bat-etortze teknologiko eta industrialaren arrastoak aztertuz zinema, irratia, internet, prentsa eta telebistaren kasuan, eta bestetik hedabide anitzeko espazio mediatikoetan kontakizun eta ekoizpen modu berriak mahai gainean jarritz. Hala ere, garapen teknologikoaren garrantzia oso kontuan izan arren, determinismo teknologiko oro uxatzen saiatu gara, bateratze teknologiko-industrialaz harago, ikus-entzuleen baitan zabaltzen diren aukera eta operazio modu aztertzeak, honek dakartzan erronka nagusiak gogora ekartzearekin batera.

Amaitzeko, komunikabideen ekosistemaren figura proposatu dugu eszenatoki berriaren izaera konplexu eta harremanezkoa jasotzeko. Bertan, komunikabideen ekologiaren terminoa berreskuratu dugu, aitzindarien eskutik, eta telebistarentzat eta telebistaren ikus-entzuleentzat izan ditzakeen ondorenak azaleratzen saiatu gara.

Kapituluekin amaitzeko, komunikabideen bat-etortze eta digitalizazioaren garai honetan telebista zer den eta telebista ikustea zer den zalantzan jartzeko arrazoiak bildu ditugu, gailu elektroniko, praktika sozial eta aisiazko errealtate bezala aurkitzen den bidegurutzea aitortuz, eta ikerketarako eskaintzen dizkigun aukerak azpimarratuz.

Behin telebistaren “lekuari” buruz hitz eginda, hurrengo kapitulu lan honen benetako protagonistengana zuzenduko dugu begirada; telebistaren zerizanaren giltza izanik ere, sarri isil eta mutu aurkitu ohi diren horietara, telebistaren eta ikus-entzuleen arteko harremanak aztertzeak.

Aspertzen da jendia, eta telebista pizten du.

Anari eta Petti. Asperkeria.

III. KAPITULUA. TELEBISTA ETA IKUS-ENTZULERIAREN IKERKETA.

Lan honen lehen atalean, aisia eta aisiazko esperientziari buruz aritu gara, Aisiazko Ikaskuntzek bi gai horien inguruan egindako ekarpen nagusiak aurkeztuz. Bigarren atalean masa komunikabideek jasandako eraldaketak mahaigaineratu ditugu, espazio, paisaia eta ekosistemaren kontzeptuek komunikabide ezberdinek eta haiekiko eta haien arteko harremanek egungo gizartean duten zeresana argitu nahirik. Hirugarren atal honetan lanaren berariazko protagonistei helduko diegu, telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak bizi dituzten ikus-entzuleei, eta berauek aztertzen dituzten dituen Ikus-entzuleriaren Ikerketari.

Audientzia, publiko eta ikus-entzuleria terminoen arteko bereizketak ematen dio hasiera atal honi, bakoitzaren erabilerak eta ezaugarriak laburbilduz, eta tesi osoan erabiliko ditugun kontzeptuak finkatuz. Ondoren, telebistaren ikus-entzuleriak aztertzeko arrazoiak aurkeztuko ditugu, telebista ikusteari egungo gizarteetan eskaintzen zaion denborari, eta telebistak gure gizarteetan hartzen duen lekuari buruzko argudioak bilduz. Jarraian, audientzia-ikerketak agertzen dituen muga tekniko eta metodologikoak aurkeztuko ditugu, ikus-entzuleen neurketara bideratutako audimetriaren kontzeptuak berrikusiz eta ikus-entzuleriaren ezagutzarako planteatzen dituen gabeziak mahaigaineratuz.

Hurrengo atalean, Ikus-entzuleriaren Ikerketaren aurrekari, metodologia eta ikerketa-ardatz nagusiak ekarri nahi ditugu gogora, Britainiar Kultur Ikasketetan jarritz lehenik arreta, bertan kokatzen baitira erreferentziazkoak zaizkigun zenbait autore. Lan honetarako bereziki esanguratsuak diren zenbait ikerketa ildo aztertuko ditugu ondoren: ikus-entzuleria eta familia; telebistaren zentzu, esanahi eta plazeraren zirkulazioa; adin taldeak eta belaunaldiak, eta ahozkoitasuna. Bukatzeko, Ikus-entzuleriaren Ikerketaren eremuaren egungo Europako egoera berrikusiko da, ikerlan ezberdinetan burututako hautu metodologikoak aztertuz Frantzia, Espainia, Austria, Belgika, Suitza, Finlandia, Erresuma Batua eta Portugalen kasuan eta Europar panoramaren ezaugarri orokorrak deskribatuz. Azkenik, eremura euskaraz egindako ekarpen nagusiak aztertuko dira, aukera metodologikoak eta terminologikoak lan honen asmoekin alderatzeko.

3.1. IKUS-ENTZULERIAK DEFINITUZ.

Ikus-entzuleriaren ikerketa moduetan eta eremuaren egungo egoeran sakondu aurretik, lehenik eta behin argiketa terminologiko bat burutzea ezinbestekoa da, nahasmen handia baitago errealitate ezberdinak (bai objektiboak, bai subjektiboak) izendatzerako orduan. Ez bakarrik euskaraz ikus-entzuleriaren inguruan burututako lan akademikoak kantitatean eskasak direlako²⁵², baita, bigarren kapituluari ikusi bezala, komunikabideen ekosistema eraldatze prozesu sakon eta azeleratuan dagoelako ere, non ikus-entzuleriaren nozioa etengabeko ezbai eta birdefinizioan dagoen.

Definizio ezaren harira, gainera, komunikabideen ekosistema osoan gertatzen ari diren eraldaketak komunikazioarekin lotutako kontzeptu gehienei eragiten ari zaizkiela ikus daiteke. Testuaren ideia bera kasu paradigmatikoa da. Ikus-entzuleriak eurak izan daitezten aurrebaldintza da testua zentzu zabalean hartuta, eta, Threadgoldek jaso bezala, testua komunikabideen ikerketan gehien erabilia eta gutxien definitua den terminoa da aldi berean (Threadgold, 2005: 345). Hasiera batean Idazteun edo Eskritura Santuei zuzentzen zitzaion berba. Idatzi edo inprimatutako mezu oro, interpreta edo balora daitekeen edozein mezu edo zeinu sorta deskribatzeraino zabaltzen zen hogeigarren mende erdialdeko filosofiaren bira linguistikoaz geroztik, zehazki bereiz zitezkeen mugak lausotuz .

Multimedia bateratzearen eta komunikabideen ekosistemaren eraldaketan ondorioz, testua ez da, dagoeneko, lehen zena, ikus-entzuleriak eurak lehen zirena ez diren bezala. Brian L. Otték ere hala jaso du:

Egun, komunikabideen adituek abesti, film, interneteko gune, bideo-joko eta telebista saioak, denak dituzte testutzat. Komunikabideen ikaskuntzetan, hortaz, testua kode diskurtsiboen sorta egituratua da, ikusizko zeinuz nahiz zeinu linguistikoz osatua, zeina esanguratsua eta atsegingarria izan daitekeen ikus-entzuleria [jakin] batentzat.
²⁵³ (Ott, 2008: 97)

Testua, zeinuen ehundura bezala ulertuta, idatzizko erregistrotik aldendu eta irudiz, ikusizko zeinuz, komunikatu daitekeen mezu oro adieraztera heldu da. Otték ez du entzunezko testurik aipatzen definizioan, baina era berean argudia daiteke zeinu sorta garaikideak ez direla ikusizkoak soilik, multimedia direla, ikus-entzunezkoak direla, adibidetzat dituen film, webgune, bideojoko eta telebista saioak bezala. Definizio saiakera aski zirkularra da, noski.

²⁵² Ikus *Euskarazko ekarpenak Ikus-entzuleriaren Ikaskuntzetara* azpiatala.

²⁵³ "Today, media scholars refer to songs, films, internet sites, video games, and television shows all as texts. In media studies, then, a text is a structured set of discursive codes comprised of visual and/or linguistic signs that is potentially meaningful and pleasurable for an audience."

Ikus-entzuleriek -edozein ikus-entzuleriak- testua behar duten bezala, testu orok behar baitu ikus-entzuleria, testu gisa funtzionatzeko. Kode diskurtsiboen izaera (idatzizkoa, ikusizkoa, entzunezkoa, multimedia...) eta berauen antolaketa delakoa dela, esangura edota esperientziaren posibilitatea irekitzen duen aukera da testua, baita telebistakoa ere. Testua eta ikus-entzuleria elkarrekin eratzen diren errealitateak dira; bataren izaerari besteak eusten dio, ezinbestean.

Zentzu horretan, Shaun Moores-ek ohartarazi bezala, “Ez dago komunikabideen ikus-entzuleria bezala isolatu eta identifikatu dezakegun erakunde egonkorrik, ez eta arazorik gabeko objektu bakar bat ere guk azter eta beha dezagun ‘hor’ dagoena.”²⁵⁴ (Moores, 1993: 1-2). Ezegonkortasun eta problematika berberak aurkitzen ditugu telebistaren ikus-entzulerietan, ikus-entzuletzaren mugak iragazkorrak eta aldakorrak baitira. Ikus-entzuleriaren azterketa abiatzen duen erakundeak, galderak formulatzeko moduak berak eta abiapuntu epistemologikoak eraikitzen dute ikus-entzuleriaren konstruktua. John Hartley ikerlari beteranoak esana da: “...kasu guztietan produktua fikzio bat da, zeinak irudikapena burutzen ari den erakundearen beharrei erantzuten dien. Ikus-entzuleria ez da inoiz ere ‘erreala’, edo eraikuntza diskurtsiboz kanpokoa.”²⁵⁵ (Hartley, 1987: 125).

Argiketa terminologikoaren lehen pausu gisa audientzia, publiko eta ikus-entzuleria kontzeptuak jorratuko ditugu hurrenez hurren. Terminook gurean duten onarpen maila handia iragarle, industria eta kontsumitzaileen arteko harremanak kuantifikatu eta moneta komun bat ezartzeko ahaleginetik eratorria da hein handi batean²⁵⁶. Edorta Arana irakasleak aipatu bezala, “Ikerketa horietan ikus-entzuleria zenbatuta eta sailkatuta gero, gehienetan, publizitatearen bidezko diru trukerako” erabiltzen baita (Arana, 2008: 349). Ikerketa akademikoa ere ez da negoziazio eta tentsio terminologiko hauetaz libre; komunikazioaren ingurune aldakorrean Hartleyk fikziozkotzat hartzen duen konstruktua definizioan beste eragile bat besterik ez da. Berba horiek ageri dituzten “erakundearen beharrak”, ezkutatu baino, azalaraztea beharrezkoa da, labur bada ere, iker-objektuari hobeto heldu asmoz, termino bakoitzaren ahalik eta erabilera zehatzena mugatu eta lan honi dagozkion beharrei erantzuteko.

²⁵⁴ “There is no stable entity which we can isolate and identify as the media audience, no single object that is unproblematically ‘there’ for us to observe and analyse.”

²⁵⁵ “in all cases the product is a fiction which serves the needs of the imagining institution. In no case is the audience ‘real’, or external to its discursive construction.”

²⁵⁶ Ikus Azterketaren mugak azpiatala.

3.1.1. AUDIENTZIA ETA ESPOSIZIOA

Mondragon Unibertsitatearen Huhezi fakultatetik abiatutako “Glosategia Komunikazioaren Gainean” elkarlaneko webgunean honela jasotzen da euskarazko audientzia berba: “audientzia. (audiencia, audience, audience) (Ik-entz.) Hedabide desberdinak irakurri, ikusi edo entzun dutenek osaturiko jende-multzoa. Irratiaren eta telebistaren kasuan, audientziaren partaide kontsideratuak izateko nahikoa da hargailuak martxan daudeneko tokian egotea.” (Aiestaran et al., 2009).

Esanguratsua da, oso, glosategiak eskaintzen duen definizioa. Hasteko, mezuaren hedabidea du oinarri audientziak, berau irakurri, ikusi edo entzutean osatzen baita, ez lehenago ezta ondoren ere. Hargailua –irratia, telebista edo testu idatzia dela-, mezua igortzeko euskarri fisiko elektronikoa piztean edo idazkia zabaltzean hasten da audientzia, hedabidea “martxan dagoen” tokietan bilduta dagoen jende-multzo bezala ulertuta. Liburua edo egunkaria itxi, irratia itzali edo telebista amatatutakoan amaitzen da audientzia. Denbora eta espazio konfigurazio zehatz baten bat etortzea eskatzen du, hortaz, eta zuzen-zuzenean lotzen zaio rating²⁵⁷ eta share²⁵⁸ bezalako kontzeptuei. Bestela esanda, lan honen telebistaren *aldiari* egiten dio soilik erreferentzia, *astia* eta *aisia* bazterrean utziz

Are gehiago zehazten da kontzeptua “audientzia metatu” terminoaren definizioan: “audientzia metatu. (audiencia acumulada, reach, audience cumulée) (Ik-entz.) Denbora batez –nahikoa izaten da minutu bat—zenbat jendek entzun duen irratia edo ikusi duen telebista.” (Aiestaran et al., 2009). Irizpidea denbora eta espazioari zuzentzen zaio, berriro ere: zenbateko (zenbat pertsonak, zenbat minutuz) esposizioa dagoen komunikabide zehatz baten edukietara. Audientzia, hortaz, une zehatz batean piztutako hargailu kopuru baten presentzian dagoen jende kopuruaren estimazio estatistikoa da; ikus-entzunezko jarioarekiko esposizio fisikoa. Ez ditu barne hartzen esposizio horrekiko erantzuna, arreta edo ardura. Ez da kezkatzen ikus-entzuleak esposizioari ematen dion erabilera edo balioarekin. Audientziaren kontzeptu honek esposizioaren neurketarako sistema bat eskatzen du ezinbestez, eta sistema horri audimetria deritzogu:

²⁵⁷ Rating edo batezbesteko audientzia honela definitzen du glosategiak: “(audiencia media, rating, audience moyenne): kanal/programa zehatz bat ikus-entzun dutenen ehunekoa, populazio osoa (edo honen baitan mugaturiko xede-talde bat) kontuan hartuta. Kopuru hori kalkulatzeko, irratia-telebista piztu ez dutenak ere kontuan hartzen dira eta, gainera, ikus-entzuleen batez besteko kontsumoa erabiltzen da erreferentzia gisa. Hau da, denbora-tarte batez (minutua erreferentzia gisa eta hortik gorakoak, eta baita programak, eguneko emisio-ordu guztiak ..) telebista ikusi dutenen kopurua, kontuan hartuz zenbat denbora ikusi duten eta minutu desberdinetan gertatzen diren errepikapenak kontabilizatuz. Beste era batera esanda: programa baten minutu bakoitzeko batez besteko ikusle-kopurua.” (Aiestaran et al., 2009).

²⁵⁸ Share edo kuota berriz, honela definitzen da: “kuota. (cuota, share, part de marché/part d’audience/part de volume d’écoute) (Ik-entz.) Irratia edo telebista kontsumitu dutenen artean kanal/programa bakoitza ikus-entzun dutenen zenbatekoa, ehunekotan.” (Aiestaran et al., 2009).

Audimetria. (Audimetria; People Meter; Audimétrie) (*Ik-entz.*) Telebistaren zein irratien audientzia modu automatizatuan neurtzeko sistema. Etxeetan jarritakoen zein soinean eramaten dituzten tramankuluen bidez, panelkideek zein irriti edo telebista ikus-entzuten duten jakin daiteke. Jasotako informazioa datu-basera igortzen da telefonoz egunaren amaieran, eta, biharamunerako, bezeroen esku dago. Audimetriaren historian eredu desberdinak erabili dira, etxebizitzakoa (house-hold/set meter), pertsonala (people meter) eta eramangarria (portable meter). (Aiestaran et al., 2009)

Komunikabideen kontsumo eta esposizioaren neurketa kuantitatibo modu honek arazo ugari planteatzen ditu²⁵⁹, eta neurketarako metodo eta teknika ezberdinek etengabeko kritika eta eztabaidak erakartzen dituzte. Komunikazio eragile ezberdinak (industria, kontsumitzaileak, iragarleak, akademia...) adostasun ezeroan daude kasurik onenean, komunikazioaren ekosistema bateratze eta digitalizazio prozesuaren eraginez anitzagoa, aldiberekoagoa eta transmediatikoagoa bilakatzen doan heinean Hala ere, audientziak eta audimetriak, esposizioaren neurketaren eta pisatzearen zentzu hertsia honetan, eragin eta zentraltasun handia dute oraindik ere ikus-entzunezkoen merkatuan. Are gehiago, digitalizazioak eta internet bidezko ikus-entzunezko eta idatzizko edukien kontsumoak audimetria eta kontsumoaren jarraipenaren modu berriak zabaldu ditu, hurrengo egunera arte itxaron beharrik eza eta unean-uneko web azterketak eta erabiltzaileen ohitura eta lehentasunei buruzko informazio zehatz eta bereziak ahalbidetuz.

Lan honi begira, *Glosategiak* egindako auzolana eta, telebistari dagokionez, merkatu eta gizarte mailan duen onarpena ikusita, audientzia lerro hauetan aipatutako esposizioaren neurketa eta zenbaketarekin zehazki lotuta erabiliko dugu, autoreak bestelako esanahi bat duen “audientzia” berbaren aldeko hautua egin duen kasuetan ez bada. Hala, audientzia komunikabidearekiko harreman kuantitatiboen neurketa estatistikoa bezala defini dezakegu, gakoa, betiere, esposizioa dela kontuan izanik.

²⁵⁹ Ikus, berriro ere, Audientziaren azterketaren mugak azpiatala.

3.1.2. PUBLIKOAK ETA PRESENTZIA.

Masa komunikabideak eta berauen testuak aipatu ditugu audientzien artikulaziorako *sine qua non* aurrebalditza bezala: testua zabalduko duen hedabiderik gabe, berau islatuko duen hargailurik gabe ez da, ezin da izan, audientziarik. Hargailua itzaltzean, liburua ixtean, seinalea amaitzean, desagertu egiten da haren audientzia, harremana etenda, erlazioa apurtuta. Baina bada beste oinarritzko kontzeptu bat, testuaren eta irakurlearen arteko harremanaren afera problematizatzen duena: publikoa.

Michael Warnerrek *Publikoak eta kontrapublikoak*²⁶⁰ (Warner, 2002) lanean ohartarazten digun bezala, publikoaren kontzeptuak modernitatearen eraikuntzan eta egungo gizarteetan izan duen garrantzia kontuan hartuta, bitxia da publikoa zehazki zer den erantzutea zein zaila den ikustea. Ikerlariaren arabera, bereizketa egin beharra dago publikoaren eta publiko *baten* artean²⁶¹. Publikoa “gizarte osotasun mota bat”²⁶² den artean (Warner, 2002: 49), orokorrean, denbora eta espaziozko esposiziozko aurrebaldintzarik gabeko kategoria orokor bezala; *publiko bat*, aldiz, “bigarren gauza bat ere izan daiteke: audientzia jakin bat, bere burua espazio ageriko batean dakusan jendetza, antzerki publiko baten kasuan bezala” (Warner, 2002: 50)²⁶³. Halako kasuetan, musikariak, antzezleak, bertsolariak edo kirolariak badaki zein tamainakoa den bere publikoa, nolakoa den gutxi gorabehera haren erreakzioa eta zenbat iraungo duen bere harremanak. Baina bada autoreak aipatzen duen hirugarren publiko modu bat ere: testuen eta berauen zirkulazioarekin harremanean sortzen dena. Hirugarren modu horri egiten dio erreferentzia Anjel Lertxundik bere “Eskarmentuaren Paperak” saiakera biografikoan:

Ezaugarri, gustu, apeta berdintsuen ore halako batek osatutako giza multzo bat da publikoa. Identifikagarria. Berdinekin berdintzen delarik, uniformetasunak ematen dio indarra. Publikoak merkatua eta merkatuak publikoa, biek dute elkarren premia, bi-biek bazkatzen dute elkar, bi-biek elikatzen dute esparru bera. Eginda, osatuta, egituratuta dagoen giza corpus jakin batentzat idaztea da publikoarentzat jardutea. Harekin ez haustea, hark eskatzen didana ematea, haren gustura makurtzea. Irakurlearentzat idaztea, aldiz, perfil jakinik gabeko nor anonimo batentzat aritzea da. Arriskatzea. (Lertxundi, 2009: 63-64)

Idazleak ez daki zein izango den irakurlearen erreakzioa. Ez ditu ezagutzen irakurketak hartuko dituen denbora eta espazioa. Ez daki noiz hasi eta noiz amaituko den irakurlearen

²⁶⁰ Publics and counterpublics.

²⁶¹ “The public” eta “a public.”

²⁶² “The public is a kind of social totality.”

²⁶³ “A public can also be a second thing: a concrete audience, a crowd witnessing itself in visible space, as with a theatrical public.”

eta liburuaren, eta, hortaz, irakurlearen eta idazlearen arteko harremana. Idazlea – eta ez soilik testu idatzien idazlea- arriskatu egiten da irakurlearekiko, ez du arriskatzea beste erremediorik, liburuak – pantailak, hargailuak, egunkariak, paperak- komunikazioaren bitartekari gisa diharduen artean.

Oro har audientzia masa-komunikaziorako hedabideei lotu izan zaio, eta publikoa, aldiz, zuzeneko jazoeren hartzaile edo lekukoei. Bestela esanda, hedabidearen bitartekaritzaz gertatzen den komunikazioan audientziak hitz egin bada, zuzeneko komunikazioan (antzerkian, kontzertuetan, kirol ekitaldietan...) publikoa da gailendu den berba. Hala, audientzien eta publikoen azterketek tradizio eta diziplina ezberdinetatik jaso dute beren emaria, haien jardunean lehentasun ezberdinak ezarriz, sarri errealitate gainjarriei erreferentzia egin arren. Baina, XXI. mende hasieran, gero eta irristakorragoa da komunikazio zuzena eta komunikazio mediatua argiro bereizteko lana.

Livingstonek jaso bezala, publiko eta audientziak errealitate bereiztu eta kontrako bezala aurkeztea gero eta zailagoa bilakatu da: "...komunikabideen eta komunikazioaren ingurumen aldakorrak – publikoen bitartekaritza eta audientzien parte-hartzea ezaugarri dituela- kontrakotasun hau problematizatu egiten du; publiko eta audientzien artean kokatutako zalantzazko objektu harrigarrien agerrera argudioa ilustratzeko erabilia da" ²⁶⁴ (S. Livingstone, 2005: 17). Ustez audientziarenak ziren jasotze pasiborako joerak zuzeneko ekitaldietan eman daitezkeen (eta ematen diren) neurri berean, publikoarenak ziren parte-hartze, erreakzio, protesta eta iruzkinerako gaitasunak hartzen ari dira ikus-entzunezko komunikabideen audientziak ere. Ikus-entzuleriek hartze, parte-hartze, kontsumo eta sormenerako bide berriak agertzen dituzte, tradiziozko praktika sozialak mantenduz aldi berean. Tradizioz audientziak eremu pribatuan kokatu izan dira, etxeko esparruan; publikoak, aldiz, kale mailan, eremu publikoan geratu dira. Banaketa hori ere ezbaian dago: espazio mediatikoan emandako aldaketek ²⁶⁵ presentzia, eta ausentzia, urrunekoa eta hurbila, pribatua eta publikoaren arteko harremanak eraldatu dituzte, audientzia eta publikoen arteko bereizketa berriro ere zaiduz.

Edozelan ere, gaiari buruz luze eztabaidatu daitezkeen arren, eta komunikabideen ekosisteman gertatzen ari diren aldaketek terminoa behin betiko mugatzea problematizatu dutela aitortu arren, *publiko* berba komunikabideen bitartekaritzarik gabe jazoeren zuzeneko lekukotza fisikoari lotuta erabiliko da lan honetan, ulergarritasunaren mesedetan, betiere autoreak berariaz kontrako intentzioa agertzen ez duen artean. Horrela, publikoa jazoera

²⁶⁴ "...the changing media and communications environment - characterised by both the mediation of publics and the participation of audiences - problematises such an opposition; the emergence of intriguingly ambiguous objects situated between public and audience is used to illustrate the argument."

²⁶⁵ Ikus 2. Atalean *Espazio mediatikoa*.

baten lekukoen multzo irudikatu bezala defini dezakegu, printzipioz komunikabideen bitartekaritzarik gabe, zuzeneko harremanean ematen dena. Publikoaren gakoa, hortaz, presentzia izango da, jazoeraren edo diskurtsoaren berri zuzenean izan ahal izateko besteko espazio, denbora eta arretaren aldiberekotasuna. Adi ez dagoen publikoa ez da publikoa, aretotik alde egin duena publikoa ez den bezala.

3.1.3. IKUS-ENTZULERIA, IKUS-ENTZULETZA ETA IKUS-ENTZULEAK.

Audientzia komunikabide elektronikoekiko esposizioaren neurketa bezala ulertuko dugula eta publikoak komunikabideen bitartekaritzarik gabeko lekukotza fisikoari lotuko ditugula argituta, lan honen iker-objektuari zuzenean lotzen zaizkion hiru termino argitu behar ditugu: ikus-entzuleria, ikus-entzuleta eta ikus-entzuleak.

Ikus-entzuleria eta ikus-entzutea, audientzia bezala, komunikabideen espezifikotasunei lotuta ikusi ohi ditugun berbak dira. Hala, euskaraz, egunkarien irakurleriaz, irratiko entzuleriaz eta zinema edo telebistaren ikus-entzuleriaz jarduten dugu. Hiru berbek zentzumenetan oinarritutako ikus-entzuleen komunikabideekiko harremanak adierazten dituzte. Baina harreman horiek gailuak piztean hasi eta itzaltzean (egunkaria zabaldu edo ixtean, proiektzioa bukatzean) amaitzen direla aurresuposatzea ikus-entzuleen esperientzia eta zeresanarekiko murriztailea da. Ikus-entzuleria terminoak audientziaren eta publikoaren harremanen estutasuna, diskurtsoarekiko kontaktuaren kontingentzia gainditu behar du, egunerokotasunean eta giza esperientzian eman daitezkeen harreman sorta zabalagoa bere barnean hartzeko. Izan ere, telebistarekin lotutako aisiazko esperientziez ari garela, ikus-entzuletzaren izaera esposizio hutsera, jarioaren jasotze soilera mugatzen dela ulertzeak, edo denbora eta espazioaren koordenatu zehatzetatik haratago existitzen ez dela aurresuposatzeak lan honen iker-objektuarekiko hurbilketa eragozten du.

Eider Rodriguezen *Ez dugu ulertzen* blog pasarteak terminoen arteko ezberdintasuna adierazteko baliogarri zaigu:

Lagun baten amonak ez zuen inoiz telebista ulertu. Seme-alabaren batek piztu orduko paretik aldentzen zen eta igandeetarako arropak jantzi arte, ezpainak karminez pintatuta eta ilea tajuz jasota eduki arte ez zen bere aurrera itzultzen. Sofan eseri aurretik kuxinak atontzen zituen, mahaiari distira ateratzen zion eta bertan zeuden trasteak telebistako gizon-emakumeek ez ikusteko moduan apartatzen zituen. Orduan bai, sofan jartzen zen, eta ez edozein gisara gainera, baizik eta medikuaren edota alkate jaunaren aurrean balego bezala: hankak estu, bizkarra zuzen, kokotsa beheiturik. Etxekoren bat pijaman inguratuz gero errieta egingo zion

eta zer esanik ez norbait mantan bilduta sofak irentsita aurkituz gero. Ez zegoen senila, ezta burua galduta ere, baina egunero itzultzen zizkion Maddalen Iriarteri egun onak. (Rodriguez, 2011)

Audientzia, publiko eta ikus-entzuleriaren ondorengotasun polita eskaintzen digu pasarteak. Ez dakigu audimetrarik instalatuta duen ala ez, baina estatistikoki pasarteko amoma ETB1eko audientziaren partaide da, baldintza guztiak betetzen baititu (igandeetako arropa jantzita telebista aurrera itzultitakoan behintzat). Bestalde, publikoarena egin baino, telebista du publiko, aurkezlearen aurrean dotore eta txukun egon nahi baitu, aurkezlearen egun onei egun onez erantzuten baitie, edukazioz. Harreman zuzena, bitartekorik gabea bizi du, telebistako aurkezlearekin; aurrez-aurrekoa. Pertsonala.

Pasarteko protagonistak telebistarekiko duen harremana, telebistarekiko duen ulerkera (edo ulerkerarik eza, Rodriguezen arabera), ezin dugu bere seme-alabenarekin parekatu. Ikus-entzule dira bai bata eta bai besteak, Maddalen Iriartek aurkeztutako *Gaur Egun* saioaren ikus-entzuleria osoaren parte, guztiak. Baina telebista piztuaren aurrean bata dotore jantzen da, besteak pijaman edo mantapean goxo-goxo bilduta eguneko berrien berri izateko prest dauden bitartean. Ilobak ez dira aipatzen, baina ziurrenez barregarri, agian ulertezin, litzaieke amomaren portaera. Ezin esan, berez, ikus-entzuleria bera osatzen dutenik. Ez behintzat erabat.

Pasadizoak ikus-entzuleriaren kontzeptua audientzia eta publikoaren kontzeptutik bereizi beharra dakar gogora. Lehenik eta behin, ikus-entzuleriaren kontzeptuak audientziaren opakutasuna gainditzea eskatzen du: kopuru hutsetik aurrera egin ezin hori, telebista ikustea jarduera bat eta bakarra bezala hartze hori, atzean uztea. Telebistaren audientziak jardunaren zenbaketa isolatua, bereizia planteatzen du, ikus-entzuleriak, aldiz, telebistako testuen hartzea eta interpretazioa zein telebistarekiko eguneroko harreman aldakorrak hartzen ditu beregain.

Telebistaren audientziak telebista ikustearen adiera bakartasuna auresuposatzen badu, telebistaren ikus-entzuleriak jardunaren adiera-aniztasuna aitortzeko balio behar digu. Neurri berean, ikus-entzuleta egoera konposatua da, ez bakuna. Izan ere, gogora ekarri beharrekoa da euskal gizarte garaikidean ikus-entzuleriaren parte izatea ez dela aparteko egoera, ohikoa baizik. Ikus-entzuleta gizarte industrializatueta egunerokotasunean bertan ehundutako jarduera da, bizitza eta iritzi publiko - eta publikatuarekin- estu lotutakoa. Ikus-entzuleta, gizarte garaikidean, eguneroko auzia da, ohikoa, errutinazkoa. Eta gero eta gehiago ikus-entzuleta plurala, komunikabide askotarikoa, aldiberekoa da.

Apartekoa, zerbait izatekotan, komunikabide bakarrarekiko ikus-entzuleta dateke, audientziaren neurketak aurreuposatzen duen arreta bereizi eta eksklusiboa. Publikoa komunikabideen bitartekaritzarik gabeko lekukotza zuzen bezala definitu dugun arren, komunikabideen ekosisteman geroz eta integratuago ageri zaigun gizartean ikus-entzuleak ez du zertan publikotasuna ukatu, ez eta alderantziz ere. Bata eta bestea ez dira egoera edota jardun kontrajarriak: publikoak ikus-entzule izan daitezke, eta ikus-entzuleak publiko: aldi berean zuzeneko jazoera baten lekuko, ikus-entzunezko erregistratzaile, banatzaile eta erantzunen ikus-entzule. Ikus-entzuleak, hortaz, ez du publikotasuna ukatzen. Aurreko pasarteko amonak publikotzat du telebista aurkezlea, ez hala bere seme-alabek. Iloba hipotetikoek aldiz, ziurrenez, telebista aurrean daudela, Twitter, Tuenti edo Facebook darabilte haien eskuko telefonoetan, ikusi edo entzundakoaren inguruan lagun taldearekin solasean aritzeko. Audientzia bera osa lezakete hiru belaunaldiek, baina ikus-entzuleak ezberdinetan dihardute: gainjarriak, elkarren ondokoak, elkar eraginean dauden ikus-entzuleak diren arren, ikus-entzuleria ezberdinak osatzen dituzte haien egunerokotasunean.

Audientziaren kontzeptua diskretua bada ere, zenbatu, zatikatu eta batezbestekotan kalkulatu daitekeena²⁶⁶ ikus-entzuleria jarraia, konplexua eta partziala da, eta ez dago erabat pertsonen eguneroko bizitzarengandik bereizterik (cf. Silverstone, 1989). Ikus-entzuleak norbanakoak diren arren, ikus-entzuleriak ez dira gizabanako isolatuz osatutako multzo matematiko soilak: ikus-entzuleek elkarrekin hitz egiten dute, telebistan ikusia eguneroko solasaldietarako lehengai bilakatuz, bai lineako mundu digitalean, bai lineaz kanpoko bizitzan ere. Ikus-entzuleek iruzkinak uzten dituzte sarean geroz eta gehiagotan, komunikabideen arteko mugak zeharkatuz edo berrantolatuz, eduki zein iritziak plataformatik plataformara garraiatuz, elkarlanean jadunez, gustoko edukiak azpidatziz, berjabetuz eta berbanatuz.

Orobat, beraz, Ikus-entzuleriaren Ikerketak pertsonen egunerokotasuna, subjektuen irakurketa, esanahi eta plazerak, gizabanako eta taldeen aisiazko esperientzien konplexutasuna aitortzeko besteko gardentasuna eskatzen du. Hartara, ikus-entzuleria komunikabideekiko harremanak dituzten pertsonen multzo irudikatua bezala definitu dezakegu, ikergai den harremanaren arabera modu batera edo bestera artikulatuko dena. Ikus-entzuleta, zentzu horretan, ikus-entzutearen jardueran gertatzen den multzo horretako muga ezegonkordun partaidetza bezala ulertuko dugu.

Azkenik, ikus-entzulea komunikabideekiko harremanak (zentzu objektiboa eta subjektiboa) dituen pertsonatzat hartuko dugu, bere dimentsio indibidual eta sozialean. Telebistaren audientziaren gakoa komunikabidearen esposizioa bada, eta publikoaren oinarrian lekukotza

²⁶⁶ Rating eta shareetako hamartarrak errealitatean existitzen ez diren arren.

fisikoa, bitartekaririk gabeko lekukotza jarri badugu, ikus-entzuleriaren muinean esperientzia finkatu behar dugu, komunikabidearekiko edo komunikabideekiko harremanean aurkitzen den esangura eta zentzua alegia.

5. TAULA: AUDIENTZIA, PUBLIKOA, IKUS-ENTZULERIA, IKUS-ENTZULETZA ETA IKUS-ENTZULEAK.

Terminoak	Azalpena	Gakoa
Audientzia	Komunikabidearekiko harreman kuantitatiboen neurketa estatistikoa.	Esposizioa
Publikoa	(Bitartekaririk gabeko) lekukoen multzo irudikatua.	Presentzia
Ikus-entzuleria	Komunikabide(ar)ekiko harremanak dituzten pertsonen multzo irudikatua.	Esperientzia
Ikus-entzuletza	Muga ezegonkordun partaidetza ikus-entzutearen jardueran.	
Ikus-entzulea	Komunikabide(ar)ekiko harremanak dituen pertsona.	

Iturria: norberak egina

3.2. ZERGATIK AZTERTU TELEBISTAREN IKUS-ENTZULERIAK?

Behin ikus-entzuletzarekin lotutako terminoak zehaztuta, telebista eta ikus-entzuleen arteko harremanak aztertzeko arrazoi nagusiak ekarriko ditugu gurerara. Bestela esanda, zergatik da garrantzitsua eta beharrezkoa telebistaren ikus-entzuleriak aztertzea? Aurreko bi kapituluetako metaforetara itzulita, bi abiapuntutatik ekingo diogu lan honi, telebistaren denborari eta telebistaren lekuari erreparatuz.

3.2.1. TELEBISTAREN DENBORAK

Telebistak, sarri esan izan da, zeharo eraldatu ditu herrialde industrializatueta eguneroko ohiturak eta aisiazko jarduerak, gizarteko komunikazio praktika ezberdinei (publizitatea edo propaganda kasu) eman dien garrantzia sekulakoan ez sakontzearren. Livingstonek *Telebistaren zentzua aurkitu nahian: Ikus-entzuleriaren interpretazioaren psikologia*²⁶⁷ liburuko sarreran jaso bezala, “Telebistak pertsonen eguneroko bizitzan aldaketa itzelak eragin ditu azken hamarkadetan. Teknologia berrietan emandako garapenak eta aisialdiaren hazkundeak masa komunikabideek pertsonen esperientziak eta gizarte munduaren ulerkerak egituratzen eta eragiten jarraituko dutela bermatzen dute.”²⁶⁸ (S. M. Livingstone, 1998: v). Aisiaren ikaskuntzen perspektibatik, mundu osoan, industria mailan garatutako gizarte guztietan, modu agregatuan hartuta, telebista ikustea da gehien burutzen den aisiazko praktika. Loaz eta beharraz gero, modu agregatuan gizakiak denbora gehien eskaintzen dion ekintza da telebista ikustea. Horrenbeste, ezen, gizaterian gehien ikusten diren jardueren podium bat egin nahiko bagenu, lanaldiaz, loaldiaz eta telebistaldiaz hitz egin genezake, jarduera honi zuzendutako denbora zenbatuta.

Zer aldizkariko Gazteak eta telebista 2010n: Ohituren aldaketa artikuluan López Vidales, González Aldea eta Medina de la Viña irakasleek jaso bezala, “Hasiera batean pentsa zitekeenaren kontra, publikoak ez dio telebista ikusteari utzi, eta entretenitzeko orduan biztanleriaren gehiengoak aukeratzen duen komunikabidea izaten jarraitzen du. Ikus-entzuleriak egun telebista entretenimendurako edo aisirako bide gisa aukeratzen du, eta

²⁶⁷ Making sense of television: The psychology of audience interpretation.

²⁶⁸ “Television has made enormous changes in people's everyday lives over the last few decades. Developments in new technologies and increased leisure time ensure that the mass media will continue to structure and influence people's experiences and understanding of their social world.”

bigarren maila batean, informaziorako bitarteko gisa.” (López Vidales, González Aldea, & Medina de la Viña, Elena, 2011: 97-113: 100)²⁶⁹.

Komunikabideen ekosistema digitalak eskaintzen dituen aukerak zabaldu diren arren, eta lehentasun eta funtzioak aldatu diren arren, ikerlariek argiro azaltzen dute telebistak aisiazko baliabide zentral izaten jarraitzen duela espainiar estatuko biztanleriaren gehiengoarentzat, baita, neurri handi batean, gazteentzat ere. Europako eta Amerikako Estatu Batuetako datuei begiratuta, argi gelditzen da telebista ikusteak ipar-sartaldeko herritarren aisialdiaren zati handia hartzen duela:

Komunikabideen artean ikustaldi altuenak agertzen dituen heinean, telebistaren nagusigoa ukaezina da. Batez beste Europan telebista ikusten emandako denbora 208 minututik (2000) edo 224 minututik (2007) 227 minutura igo da (2008an). 2008ko datuek agertzen dute Serbiak (302 minutu) lehenengo aldiz AEB-ak gainditu dituztela (302 minutu) telebistaren denboraren lidergo globalean. Mendebaldeko Europan ikustaldirik altuenen berri Hegoaldean izan da: Grezia (264 minutu), Italia (244 minutu) eta Espainia (238 minutu). Alemania (221) batezbestean kokatzen da, eskandinaviar herrialdeak batezbestekotik behera kokatzen diren artean: Danimarka (175 minutu), Norvegia (174 minutu) eta Suedia (170 minutu).²⁷⁰ (IP International Marketing Committee (CMI), 2009)

Europako 2008ko batez besteko 227 minutuak hiru ordu eta 47 minutu dira, batezbeste, egunean. Espainiar estatuan pertsona bakoitzak batezbeste 227 minutu ematen ditu telebista ikusten UTECA²⁷¹ Antena 3, Tele 5, Canal +, Cuatro, La Sexta, NetTV eta Veo kateak barne hartzen dituen espainiar telebista komertzialen elkartearen arabera.(UTECA, 2009). IP Networken estimazioa baino hamaika minutu gutxiago, baina hala ere egunean hiru ordu eta erditik gora egunean, pertsonako.

Noski, aurreko atalean aipatu bezala, telebista ikustea dimentsio eta adiera bakarreko jarduera bezala hartzeak telebista eta publizitate industriaren interesei egiten die mesede, iragarpen-tarteen salerosketan oraindik ere telebistak bere zentralitateari eustea ahalbidetzen baitu. Edonola ere, denbora agregatuari begiratuta, datuak ikusgarriak dira.

²⁶⁹ “Lejos de lo que pudiera pronosticarse en un primer momento, el público no ha dejado de ver la televisión y sigue siendo el medio de comunicación elegido por la mayoría de la población para entretenerse. La audiencia elige hoy la televisión, principalmente, como un medio de entretenimiento o de ocio y, secundariamente, como un medio informativo.”

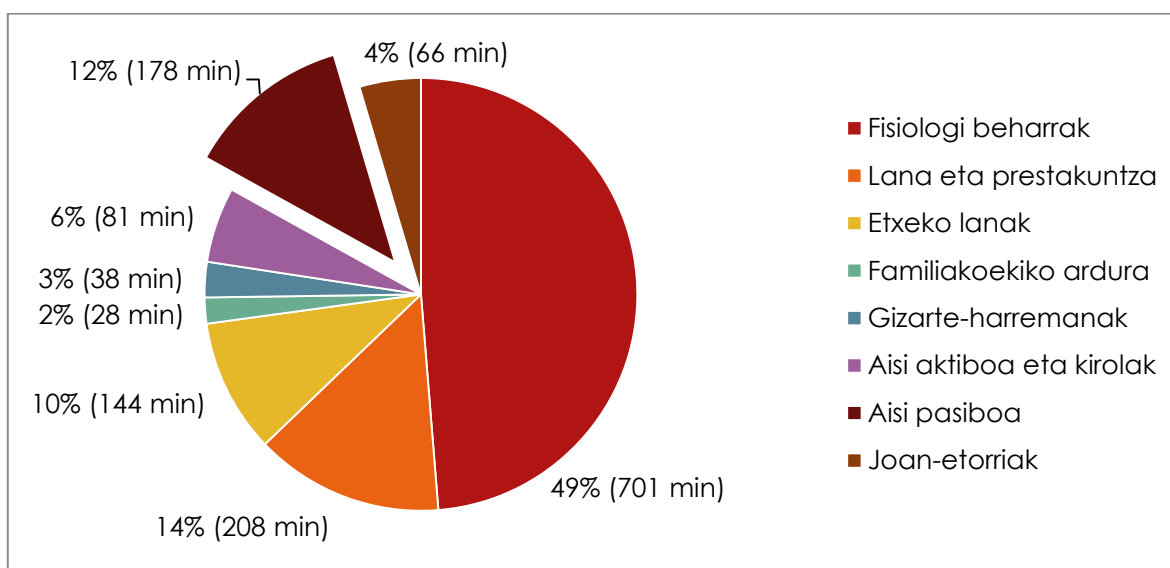
²⁷⁰ With the highest viewing time of all media the dominant role of TV is undisputed. The average TV viewing time in Europe went up from 208 minutes (2000) or from 224 minutes (2007) to 227 minutes (in 2008). The 2008 data show that Serbia (302 minutes) has for the first time displaced the U.S. (302 minutes) as global TV time leader. In Western Europe the highest viewing times are reported from the South: Greece (264 minutes), Italy (244 minutes) and Spain (238 minutes). Germany (221 minutes) is on average, whereas the Scandinavian countries are substandard: Denmark (175 minutes), Norway (174 minutes) and Sweden (170 minutes).

²⁷¹ Unión de Televisiones Comerciales Asociadas.

Aisialdiaz ari garela, aisiari eskainitako denbora tarteen zenbaketa kuantitatibo soilaz, telebistari buruz jardutea ezinbestekoa da, eta joera honi dagokionez euskal gizartea ez da salbuespena.

EUSTAT Euskal Estatistika Institutuaren “Denbora Aurrekontuen Inkestak” (DAI) egun osoko denboraren banaketa aztertzen du, biztanleen gizarte ohiturei eta eguneroko bizitzari buruzko informazioa eskainiz, 5 urtero. Eguneko 24 orduen banaketari erreparatuz gero, Denbora Aurrekontuen Inkestak 8 kategoriako banaketa aurkezten du, ondoko grafikoan ikus daitekeen moduan:

2. GRAFIKOA: BATEZ BESTEKO GIZARTE-DENBORA, JARDUERA-MOTAREN ARABERA, EUSKAL AUTONOMIA ERKIDEGOAN (EHUNEKOTAN ETA MINUTUTAN). 2008



Iturria: norberak moldatua (Eustat, 2009b)

Batez besteko gizarte-denborak 16 urtetik gorako biztanleriak batezbeste jarduera mota bakoitzari eskaintzen dion denbora agertzen du, inkestako parte-hartzaileek jarduera hau egin, nahiz ez. Eustatek aisia pasiboa (eta zaletasunak)²⁷² (Eustat, 2009d) eta aisia aktiboa (kirolak eta ordenagailu pertsonalarekin eta Internetekin lotutako jarduerak)²⁷³ (Eustat, 2009c) bereizten ditu, telebista ikustea bertan kokatzen delarik, irratia entzutea ez bezala, beren-beregi aipatzen ez bada ere. EAEko biztanleriak batezbeste 178 minutu eskaintzen dizkio aisia pasibo honi; hau da, ia hiru ordu egunean, Europar biztanleriak aurrez aipaturiko *Television - international key facts 2009* ikerketaren arabera telebista ikusten igarotzen

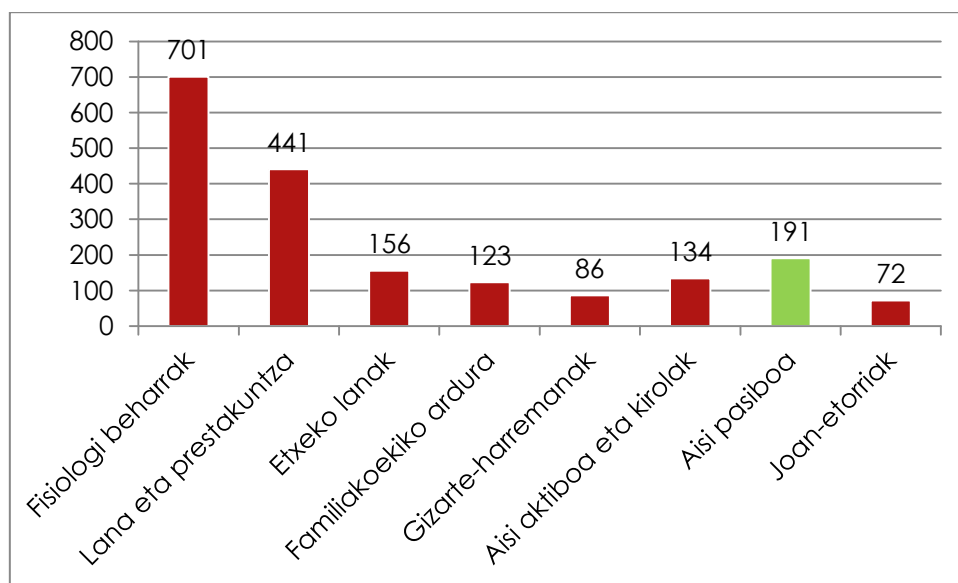
²⁷² “Aisiako denbora erabiltzearekin lotutako jarduerak dira, hala nola: liburuak edo aldizkariak irakurtzea, irudiak ikustea, irratia edo musika entzutea, komunikabideekin lotutako jarduerak. Ikusle bihurtzen gaituzten beste jarduerak batzuk: museoak bisitatzea, mota guztietako ikuskizunetara joatea, ausazko jokoetan parte hartzea (kasinoa). Kapitulu honetan badago, gainera, “Jarduerarik ez” izeneko atal bat, erlaxatzearekin lotuta dagoena. Halaber, ondokoak ere sartzen dira: zaletasun artistikoak, musika-tresnak jotzea, dantza, eskultura, pintura, ikus-entzunezko muntaketa edo bildumazaletasuna.”

²⁷³ “Aisiarako denboraz gozatzeko jarduerak dira. Batetik, jarduera fisikoarekin (lehiaketa izan zein ez), kirol-jokoekin eta ekoizpena dakarten edo ez dakarten kanpoko ibilaldiekin (ehiza eta arrantza) lotutako jarduerak daude; bestetik, euren xedea lortzeko PCa edo Internet erabiltzen duten aisiako jarduerak.”

dituen batezbesteko 208 minutuak baino gutxiago. Bi zifren arteko ezberdintasuna are handiagoa da, Eustaten inkestaren aisia pasiboaren kategoriak telebista ikusteaz gain beste zenbait jardura hartzen baititu barne.

Partaideko batez besteko denbora, edo 16 urte edo gehiagoko biztanleriak jardura bati batez beste eskaintzen dion denborari erreparatuz gero (hau da, jardura mota hau burutzen dutenen artean beroni eskaintako denborari buruz galdetuta), banaketa ezberdina agertzen du Eustaten inkestak, ondorengo grafikoan ikus daitekeenez:

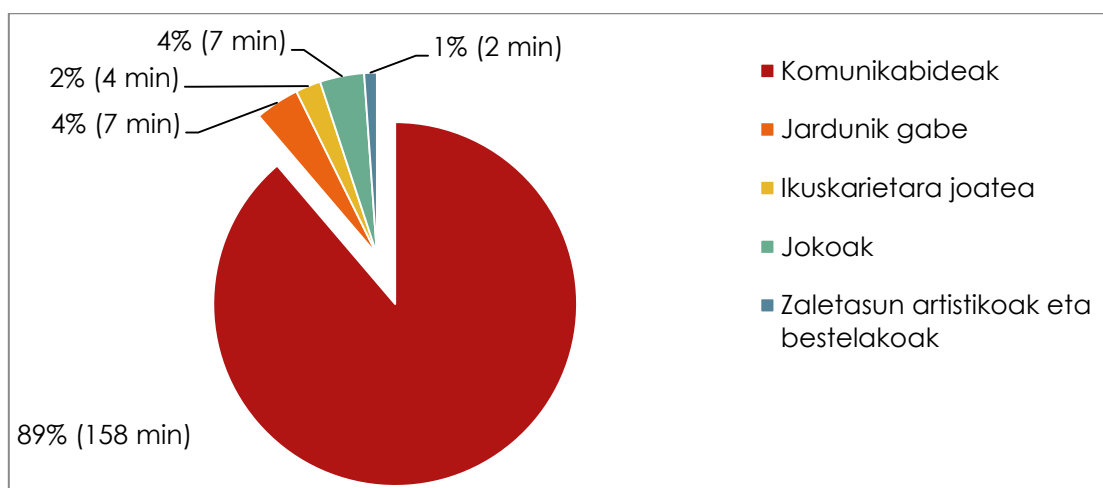
3. GRAFIKOA: PARTAIDEKO BATEZ BESTEKO DENBORA JARDUERA-MOTAREN ARABERA (HORRELAKORIK EGITEN DUENEAN), EUSKAL AUTONOMIA ERKIDEGOAN (MINUTUTAN). 2008



Iturria: norberak moldatua (Eustat, 2009b)

Aisia pasiboari egunero batez beste eskaintako denbora, berau burutzen dutela adierazten duten partehartzaileen artean, 191 minutukoa da, oro, har, eta galdetutako biztanleen %93,2ak burutzen du (aisia aktiboaren kategoriaren eguneko 81 minutu eta biztanleriaren %60,4arekin alderatuta). Bestela esanda, fisiologi beharren ostean gizartean hedatuen dagoen jardura aisia pasiboarekin lotutakoa da, eta, eskaintako denborari dagokionez, lana eta prestakuntza eta aipatu beharizan fisiologikoei soilik agertzen dute balio handiagorik. Denbora Aurrekontuen Inkestan bereziki aisia pasiboazko jardura moten banaketa zeharo argigarria da, batezbesteko gizarte denborari erreparatuz gero (Eustat, 2009a). Bost kategoria aurreikusten diren arren, aisia pasiboari eskaintako denboraren %89 komunikabideekin lotutako aisiak hartzen du batezbeste, jokoak, ikuskizunetara joatea, zaletasun artistikoak edo egonean egotea askoz atzerago gelditzen dira banaketan.

4. GRAFIKOA: BATEZBESTEKO GIZARTE-DENBORA, PARTE HARTZAILEAREN AISIALDI PASIBOKO JARDUERA-MOTAREN ARABERA (EHUNEKOTAN ETA MINUTUTAN). 2008



Iturria: norberak moldatua (Eustat, 2009a)

Eustatek ez du komunikabideekin lotutako aisiaren multzoan telebista ikusteak pisuaren zenbatekoaren inguruko daturik ematen, baina ondorioa argia da: Euskal Autonomia Erkidegoko biztanleriaren artean aisialdiaren zatirik handiena aisia pasiboak darama; aisia pasiboaren zatirik handiena komunikabideekin lotutako aisiak darama ²⁷⁴, eta komunikabideekin lotutako aisiaren zati handiena telebistak daramala dirudi ²⁷⁵, hiru lurralde historikoetan ageri diren 846.300 telebista-ekipamenduei erreparatuta (Eustat, 2011b).

Telebistarekin lotutako aisialdiaren ordu kontaktari ekinda, hortaz, ekidiezina da telebistaren ikus-entzuleriaren azterketa sistematikoari ekitea, gizarte jarduera bezala inork gutxik lortzen duen pisua hartzen baitu, eta komunikabideen ekosisteman gertatzen ari diren aldaketak kontuan izanda ere, zentralitatea baitu oraindik ere.

3.2.2. TELEBISTAREN LEKUA

Hala ere ez da pisu zenbagarri hau ikus-entzuleak aztertzeko arrazoi bakarra, ezta nagusia ere. Masa komunikabideen ekosistemaren eraldaketek ²⁷⁶ telebista bidegurutze historikoan kokatu dute, bai maila teknologikoan eta baita gizartearen aisiazko jarduera eta ohiturei dagokienean ere. Ikus-entzuleriaren neurketa eta azterketarako formula tradizionalak krisian daude, edukien banaketarako kanaleen ugaltze, espezializazio eta ikus-entzuleen zatikatzea dela eta alde batetik, eta komunikabideen ekosistemaren izaera transmediatiko eta iragazkorren eraginez bestetik. Telebistaren kokaleku zentral eta hegemonikoa neurri

²⁷⁴ Joera hazkorra agertzen du gainera, 2003an 2 ordu eta bost minutukoa bazen 16 urtetiko gorako EAEko biztanleek komunikabideei batezbeste eskainitako aisialdia, 2008rako 2 ordu eta 38 minutura igo da kopurua. (Eustat, 2011a)

²⁷⁵ Ordenagailu eta internetaren erabilera aisia aktiboaren baitan kokatzen denez.

²⁷⁶ Ikus 2. Atala: Telebista Komunikabideen Ekosisteman.

batean agortuta dago, eta oraindik ere itzal eta indar handiko eragilea bada ere espazio mediatikoan, bere jardura eta izaera aztertzeke moduak berrasmatu beharra dago.

Zentzu horretan, Marie Gillespiere aburuz, ikus-entzuleriak ikertzea garrantzitsua da “komunikabideak botereak direlako, baina haien boterearen izaera eta hedadura ez direlako beti begi-bistakoak”²⁷⁷ (Gillespie, 2005: 2). Ikerlariaren ustez komunikabideek gure gizartean duten kokalekua eta duten eragina ulertzeko ezinbestekoa da ikus-entzuleriak ikertzea. Telebistaren mezuen hartzaileak ikertuz komunikabideen botereari buruz ditugun usteak ere berraztertu ditzakegu, komunikabideen kontsumoak gizarte hierarkiak, nortasunak eta ezberdintasunak ardaztu eta habetzen dituzten prozesuak ulertzeko. Komunikabideen botereaz eta garrantziaz ari garela, ikus-entzulerien jardunak (objektiboak zein subjektiboak) aztertzea beharrezkoa da, prozesu hauek ulertzeak komunikabideek botere harremanak eta nortasunak birstortzen dituzten moduak ulertzeko zantzuak eskaintzen dizkigulako. Komunikabideak, finean, “ikur, istorio eta esanahi trukaketan diharduten erakunde sinbolikoak dira. Horrela, gizartean hara-hona dabiltzan ezagutza eta ezjakintasun, balio eta sinesmen formak moldatzen dituzte”²⁷⁸ (Gillespie, 2005: 3). Baina noski, komunikabideek ez diote ikur, istorio eta esanahi hauei euren horretan eusten; ez dira gizartearen balio eta sinesmen, ezagutza eta ezjakintasunaren iturri bakarra, ezta hauen azken jasotzaileak ere.

Livingstonek, egungo komunikabideen ekosisteman masa komunikabideak horren sarkorrak eta egunerokoak izanik, hauen bitartekaritza erabatekoa dela iradokitzen du *Denaren Bitartekaritzaren Inguruan*²⁷⁹ artikuluan: “gizarteko eragin handiko erakunde guztiak eraldatuak, berrosatuak”²⁸⁰ izan direla ondorioztatuz “bitartekaritza prozesu garaikideen eraginez” (S. Livingstone, 2009b: 2). Hartara, autorearen arabera paradigma aldaketa baten aurrean aurkitzen dira Komunikazio Ikaskuntzak, ez baita nahikoa gizarte eragile ezberdinek komunikabideekin duten harremana aztertzea, komunikabideek gizarte ororengan bitartekaritza egiten dutelako. Aldi berean, hortaz, ikus-entzuleriaren azterketa inoiz baino garrantzizkoagoa eta premiazkoagoa da, eta inoiz baino zailagoa bestelako gizarte praktikatik bereizten.

Andreas Hepprek ere antzeratsu jardun zuen, komunikabideak aztertzeke komunikabideetan beren beregi zentratu baino, berauek gizarte eta kultura espezifikoetan hartzen dituzten artikulazio eta esanguretan zentratzea defendatuz: “...egungo ‘mundu mediatizatuen’

²⁷⁷ “... the media are powerful but the nature and extent of media’s power over audiences are not always obvious.”

²⁷⁸ The media are cultural institutions that trade in symbols, stories and meanings. As such they shape the forms of knowledge and ignorance, values and beliefs that circulate in society.”

²⁷⁹ On the Mediation of Everything.

²⁸⁰ “... all influential institutions in society have themselves been transformed, reconstituted, by contemporary processes of mediation.”

azterketaren erronka nagusietarikoa da komunikabide eta komunikazioak egunerokoan dituen artikulazio eta garrantziak aztertzean datza, berauek hasieratik ontzat hartu gabe”²⁸¹ (Hepp, 2010: 46). Heppen ustez, gizarte garaikideetan esanahien artikulazioa komunikabideen jardunarekin elkarlotuta dago zalantzarik gabe, komunikabideak gizarte eraikuntzaren eta norbanakoaren bizipenen osagai ukazeina dira, eta, hortaz, ezinezkoa da komunikabideak euren horretan, edo gizartea bere horretan aztertzea, elkarren arteko eraginak aztertu gabe. David Morleyk *Komunikabideak, Modernitatea eta Teknologia. Berria Denaren Geografia*²⁸² liburuan komunikabideak eta berauen ikus-entzuleriak aztertzerakoan berauek ikus-entzuleen eguneroko bizitzan eta esperientzian txertatzen diren moduak aztertzeko aldarria egiten du: “komunikabideak ‘dezentratu’ behar ditugu, gure esparru analitikoan, komunikabideen prozesuak eta eguneroko bizimodua elkarrekin irunduta dauden moduak hobeto ulertzeko”²⁸³ (Morley, 2007: 200). Telebistaren ikus-entzuleriak, hartara, ezin dira bere horretan aztertu, are gutxiago egun bizi dugun bidegurutze teknologiko eta sozialean.

Internet eta sare digitalen garapen azkarrak telebista agerleku ezberdin batean kokatu du: banda zabaleko sare digitalen bidez streaming bidezko eduki multimediak eta p2p sareen²⁸⁴ bitartezko telebista edukien nahi erarako jaitsierak ere ohikoak bihurtzen hasi dira geroz eta ikus-entzule gehiagorentzat. Egun, teknikoki posiblea ez ezik, erraza da telebista saio iparamerikar edo japoniar bat berau igorri eta ordu gutxira eskuratzea internetera sarbidea duen munduko ia edozein puntutatik.

Ez hori bakarrik; telebista edukiok jatorrizko hizkuntzan jasotzeaz gain, ehunka hizkuntza ezberdinetan azpidatziak sortu eta banatzen dihardute sarean zale-komunitateek, bikoizketa profesionalik gabe sarbiderik eskainiko ez luketen testuak ulergarri eginez hainbat hizkuntza komunitateri. Mundu osoan telebistaren ikus-entzuleak antolatu egiten dira haien zaletasunen inguruan edukiak elkarbanatu, landu, eztabaidatu eta irisgarriago egiteko. Telebista saioek haien hasierako edukiontzia eta emisio aldiak gainditu eta sarean bizitza ziklo berriak aurkitzen dituzte, zaleen blog, wiki moduko webgune eta komunitate birtualetan nahasketa, interpretazio, erabilera eta esangura berriak ernaraziz. Ikus-entzuleak telebistako testuak berrirakurri, berridatzi eta moldatzen ari dira, eduki berriak sortuz, zeinak telebistak geroz eta gehiago berriro jabetuko dituen, ziklo bat itxiz eta ziklo berriei hasiera emanez.

²⁸¹ “...one of the main challenges of researching current ‘mediatised worlds’ is to investigate the everyday articulations of the relevance of media and communication without assuming this from the outset.”

²⁸² Media, Modernity and Technology. The Geography of the New.

²⁸³ “... we need to ‘decentre’ the media, in our analytical framework, so as to better understand the ways in which media processes and everyday life are interwoven with each other.”

²⁸⁴ Peer to peer edo berdinen arteko konexioan oinarritzen den teknologia informatikoa, internet bidez informazioa elkarbanatzera bideratua.

Abagune honetan, telebistaren ikus-entzuleriekiko hurbilketa tradizionalak labur eta txiki gelditzen dira, pertsonen telebistarekin lotutako aisiazko praktikak eta esperientziak haien osoan ulertu ahal izateko. Ikus-entzuleak, telebistaren emisioaren hartzaile pasibo soil izatetik urrun, eragile aktibo bilakatzen dira trukaketa sinbolikorako hainbat sareetan, bai eremu digitaletan, baita lineaz kanpoko egunerokotasunean ere. Telebistak aisiazko jarduera horietarako iturri eta erreferentzia garrantzitsu eta zentrala izaten jarraitzen du, baina pantailaren aurreko esposizio denbora ezagutzea ez da nahikoa telebistak pertsonen aisialdian jokatzeko duen papera ezagutzeko.

Hala, Aisiazko Ikaskuntzen ikuspegitik, funtsezkoa da ikus-entzuleek telebistarekin zer, nola, noiz eta zergatik egiten duten galdetzea. Zein motibazio duten telebistarekiko, zer espero duten telebistatik, zein gogobetetze aurkitzen duten telebistan, nola ulertzen duten telebista, eta, finean, zer den telebista, haien eguneroko aisian. Galderoi begira Ikus-entzuleriaren Ikerketatik egindako ekarpen esanguratsuenak laburtuko ditugu hurrengo orrialdeetan, audientziaren neurketak planteatzeko dituen mugetatik hasita.

3.2.3. AUDIENTZIAREN AZTERKETAREN MUGAK.

Audientzien azterketa Ikus-entzuleriaren Ikerketan nagusi den arren, eta komunikabideen ekosistemako eragilearen artean adostasun maila handia izanagatik, urrun dago egonkortasun eroso eta behin-betikoa erdiestetik. Unai Brea Argiako kazetariak *Denek onartutako datu distorsionatuak* artikuluan komunikabideen ikus-entzuleriaren neurketa sistemen krisialdian dagoela gogorarazten du:

Milioika euroren joan-etorria telebistako audientzi datuen menpe dago. Datu horiek biltzen dituzten audimetroak gutxiegi direla salatu izan da askotan, baina audientzien jolasean dabilten guztiek diote kopurua nahikoa dela, eta onartu egiten dituzte datuok. Badakite, hala ere, sistemak arrakala ugari dituela. (Brea, 2011)

Izan ere, egungo neurketa sistemen onura eta akatsetan sakondu aurretik, ezinbestekoa da Ikus-entzuleriaren Ikerketan bi ardatz hauek ekidiezinak direla azpimarratzea: iragarpen tarteen merkatuko moneta izaera, eta eragile ezberdinen arteko onarpen edo aitortzearen beharra. Pertsonak komunikabide elektronikoekiko esposizio mailari buruzko datu multzoak osatzen du (Napoli, 2011b), oraindik ere, iragarkien salmentarako erakarle nagusia. Iragarki tarteen salerosketa horrek lehen mailako garrantzidun negozioa osatzen du, telebista kateentzat. Break berak aipatzen duenez, Telecinco eta Antena 3 kateek 794,6 eta 687,7 milioi euroko sarrera garbiak izan zituzten publizitate-salmentarekin lotuta 2010. urtean.

Zentzu horretan, telebista ez dute telebista saioek osatzen, iragarkiek baizik, berauetarako esposizioa baita irakarleei saltzen zaiena, ikusle eta denbora kopurua, gizarte talde ezberdinetan txukun sailkatuta.

Jakin badakigu, eta komunikabideen ekosistemako industria eragileek ere badakite, egungo audimetria sistema inperfektua dela. Laginak, estatistikoki onargarriak izanagatik ²⁸⁵, txikiegiak dira. Kate handienetaz gain programazio berezitua jarraitzen duten pertsonen profilak alde batera uzten dituzte, eta horrela kate eta saio ikusienek beharko luketena baino ordezkariak handiagoa lortzen dute. Gainera, Sofres Komunikabideen Ikus-entzuleria panelak 2.800 etxebizitzako laginarekin “espainiar biztanleriaren adierazgarria” dela dioten arren (Kantar Media, 2011), gabezia nabarmenak agertzen ditu euskarazko hedabideen hartzailen inguruan. Bestalde, etxean instalatu behar den audimetroaren eskatzen duen lanaren truke eskaintzen diren sariak ez dira gizarte talde guztientzat erakargarriak, eta maila soziokulturalaren aldetik desoreka nabarmenak agertzen dituzte.

Napolik gabezia horiei komunikabideekiko esposizioaren materia iluna deritze (Napoli, 2011b), astronomoek espazioan egon badagoela sumatu arren, zuzenean behatu ezin duten osagaiarekin paralelismoa eginez; behatua ez den ikus-entzuleriaren jarduna, alegia ²⁸⁶. Komunikabideen espazioan ere, aztertu gabe gelditzen dira errealitateak, bereziki errealitate hauek gutxiengoei, edo komunikabideen erabilera minoritarioei dagokienean.

Geroz eta konplexuagoa bilakatzen ari den komunikabideen ekosisteman, telebista kateak geroz eta ugariagoak dira eta beste komunikabideekin elkargurutzear daude sarri; badirudi materia ilun honek geroz eta espazio gehiago okupatzen duela pertsonen egunerokotasunean. Hala ere, “Denek ematen dute ontzat audimetroaren sistema, inperfektua dela aitortu arren.” (Brea, 2011). Lagina txikiegi da, telebistaren ikus-entzuleriaren gutxiengo agerpenak ondo ordezkatu ahal izateko, baina, aldizkako kexuak kexu, telebistaren industriak eta iragarleek eurek ontzat hartzen dute, inperfektua dela aitortu arren, alternatiba hoberik ez dagoelakoan. Webster, Phalen eta Lichtyk aipatu bezala, “Ikus-entzuleriak funtsezkoak dira masa komunikabideen eragiketarako” ²⁸⁷ (Webster, Phalen, & Lichty, 2006). Harrapagaitzak, behagaitzak izan arren, egun, adostasuna eta onarpena dira ikus-entzuleriaren monetaren gakoak, ez zehaztasun gradua. Bestela esanda, ikus-entzuleriaren neurketarako industria metodologiek adostasuna dute helburu, ez ikus-entzuleriaren ezagutza sakona.

²⁸⁵ 350 audimetro daude Euskal Autonomia Erkidegoan. Nafarroako datu zehatzik ez dago, kate autonomiko berezkorik ez duten erkidegoetako daturik ez baita ematen, eta Iparraldeko daturik ere ez da ezagutzen.

²⁸⁶ Ikus baita 2. Kapituluaren Ikus-entzuleriaren eboluzioa atala.

²⁸⁷ “Audiences are essential to the operation of mass media.”

Bigarren ardatz honek lan honen esparruari zuzen-zuzenean eragiten dio. Moneta bezala, Ikus-entzuleriaren Ikerketak eta bertatik eratorritako ezagutzak komunikabideen ekosistemako eragileen onarpena behar du, merkatuan jarduteko. Break berak dioen bezala, “Pantailaren beste aldean zenbat jende dagoen jakitea ezinbestekoa da, baina kopurua ezagutzea ez da nahikoa” (Brea, 2011) telebista *zenbat* ikusten denaz gain, *nork* ikusten duen ere interesatzen zaio iragarleari. Ikusten duena *zergatik* ikusten duen eta ikusten duenarekin *zer* egiten duen, *zein* zentzu aurkitzen dion, ordea, beste alor bateko galderak bailiran hartu izan dira publizitatearen merkatuan, ikerketa akademikoari dagozkion misterioak bailiran. Baina maila akademikoan ere, gabeziak nabariak dira: ikus-entzuleriaren neurketa kuantitatiboan tradizio handia dagoen arren, azterketa kualitatiboen ekarriak ez du oraino onarpen eta sona bera lortu. Javier Callejok dioen bezala, galdera orok darama neurri batean erantzuna bere barnean, eta “ikus-entzuleria ezagutzeko moduetan, bada jadanik ikus-entzuleriaren interpretazio bat, hartzailearen eta hartzearen eredu bat.”²⁸⁸ (Callejo, 2001: 66).

Unibertsitate mailako Ikus-entzuleriaren Ikerketan, gehienbat hartzearen eredu kuantitatiboa gailendu da, aipagarriak diren salbuespen garrantzitsuak ere eman diren arren, batez ere Cultural Studies edo Kultur Ikasketen baitan²⁸⁹. Callejok zentzu horretan ohartarazten du une historiko bakoitzeko komunikabide nagusiek ikus-entzuleriaren ulerkeretan eragin zuzena dutela; industria eta merkatuak, gizarteko praktika eta ohiturek ikerketaren galderetan, eta ondorioz erantzunetan eragiten dutela. Akademia ez dago garai historikoetatik bereizita, ezta komunikabideen ekosistemaren aldaketetatik at: “...behaketarako tresna eta prozedurak ez dira neutralak; alderantziz, ikus-entzuleriaren irudikapen espezifikoak ekoizten dute. Are gehiago, esan liteke ikus-entzuleriaren irudikapen espezifiko batetatik abiatzen direla.”²⁹⁰ (Callejo, 2001: 61). Shaun Moores-ek ere zorrotzasunez aurkeztzen du auzi bera, ikerketaz kanpoko ikus-entzuleriaren existentzia ukatzen duenean (Moores, 1993). Bi autoreak bat datoz ikus-entzuleriaren mugen iragazkortasuna eta ezegonkortasuna azpimarratzerakoan: ikus-entzuleria historikoki eta metodologikoki etengabe ari da eratzten.

Telebistaren eta telebista ikustearen inguruko ulerkera eta eraketa ezberdinek, hortara, Ikus-entzuleriaren Ikerketan metodologia ezberdinei bide eman diete. Bignellek jaso bezala, “Telebista Ikaskuntzek ikus-entzuleriengan eta hauek telebistarekin dituzten elkarrengaraginetan

²⁸⁸ “En las formas de conocer la audiencia, hay ya una interpretación de la audiencia, un modelo de receptor y la recepción.

²⁸⁹ Ikus Kultur Ikasketei dagokion azpiatala.

²⁹⁰ “...los instrumentos y procedimientos para la observación no son neutrales, sino que, al contrario, producen una representación específica de la audiencia. Es más, cabe decir que parten de una representación específica de la audiencia.”

jarri dute arreta (...) zein programa eta zein programa mota ikusten diren gehien”²⁹¹ (Bignell, 2008: 5) hainbat erakundek jasotako datu estatistikoetan oinarrituz. Ikerketa mota horiek hurbilketa kuantitatiboan kokatzen dira erabat, aurretik ere aipatu dugun telebistaren aurreko denboraren kontaketa alegia.

Ien Angek 90. hamarkada hasieran deia egin zuen, “buru-kontaketa”²⁹² hutsetik haratago joateko (Ang, 2006: 46). Ikerlariaren iritziz, rating-en diskurtsoak ikus-entzuleria ezezagun den errealitate behatu gabetik kategoria ezagugarri eta ezagunera bihurtzen du, enpirikoki zenbakitara itzuliz. Eragiketa matematiko honek komunikabideen industriaren beharrei erantzuten die, iragarpen tartearen salerosketarako beharrezkoa den adostasuna ahalbidetuz, baina ez du bere horretan ikus-entzuleriaren errealitatea islatzen: errealitate adosgarria sortu egiten du soilik. Audimetriaren aurretik, ez dago zenbakitara itzul daitekeen ikus-entzuleriaren errealitaterik.

Angen ustez; audimetriarekin, ikus-entzuleria komunikabideen publizitate merkatura bideratutako ondasun bilakatzen da, “telebista ikusten/telebista ikusten ez” dikotomia hertsian oinarriturik. Moores-en hitzetan ere “rating diskurtsoaren logikaren baitan, ‘ikus-entzuleriaren salgaia’ finantza-irabaziengatik trukatzearan sortzen da. Bere fikziozkotasunak ez du zertan bere funtzionaltasun ekonomikoa eragotzi.”²⁹³ (Moores, 1993: 3). Morleyk ere gogor ekin izan du buru-kontaketaren aurka *Telebista, Ikus-entzuleriak eta Kultur Ikasketak*²⁹⁴ lanean. Ikerlariak lau gabezia nagusi ikusten dizkio hurbilketa kuantitatibo hutsari (Morley, 2005: 175-176):

- a. Telebistaren ikus-entzuleriaren ikerketa modu nagusiak ez du, izatez, oro har telebista ikustea neurtzen. Beste aldagai batzuk neurtzen ditu: gailua piztuta egotea, edo pertsonen presentzia gailua dagoen gelan, eta aldagai hauek telebista ikustearen adierazle fidagarritzat hartzen dira.
- b. Ikerketa kuantitatiboak telebista piztea sintonizatutako saioa ikusteko interesaren adierazletzat hartzen du, bestelako arrazoiak kontuan hartu gabe, “‘etxera heltzearen’ esangura duen ekintza-erreflexua”²⁹⁵ bezala adibidez.
- c. Ikustearen jarduera guztiak norbanakoaren erabakitze prozesuen ondorioztat hartzen ditu, jakin badakigunean telebista sarri taldean ikusten dela. Taldean boterea banatuta dago, eta telebistarekiko aukerak behin eta berriro negoziatu egin behar izaten dira, eta, hartara, sarri norbanakoak beste norbaiten lehentasun eta zaletasun

²⁹¹ "Television Studies pays attention to the audiences of television and how they interact with the medium (..) noting which programmes and kinds of programme are watched the most."

²⁹² "Head-counting."

²⁹³ "Within the logic of the ratings discourse, though, an "audience commodity" is created to be traded for financial gain. Its fictionality does not necessarily hinder its economic functionality."

²⁹⁴ Television, Audiences & Cultural Studies.

²⁹⁵ "...a reflex action signifying 'getting home'."

araberako aukerak onartzen ditu, hala erabakita edo behartuta. Hala ere, kontaketa, aukeraketa prozesua eta telebista testuarekiko zaletasun mailak kanpoan uzten dira.

- d. Ikustearekin lotutako aukerak testuingururik gabe ere baliokide bailiran har daitezkeela ontzat hartzen du, “aukera ‘berari’ emandako esangura ezberdinak”²⁹⁶ bazterrean utziz.

Finean, Morleyren kritika hurbilketa kuantitatiboak telebista ikustearen jardura dimentsio bakarrera mugatzen duenean labur daiteke. Telebista ikustea piztuta edo itzalita dagoen pantailaren aurrean egotera murriztuz gero, berau burutzen duten guztientzat esanahi bera eta bakarra duela onartzea dakar.

Zentzu horretan, telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak deusezten ditu, adiera bat eta bakarra hartzen baitu telebista ikusteak, norberaren eta taldeko bizipenei atea itxiz. Ikus-entzuleria zenbatzeak telebista kate zehatza une jakina sintonizatuta izatea ez diren aldagaiak *cæteris pāribus* edo, beste guztiak berdin baleude bezala ekitea eskatzen du, eta hori, dakigun bezala, ez da horrela: telebista ez da hutsean eta beste aldagai sozial, kultural, ekonomiko eta demografikoetatik modu isolatuan ikusten. Pertsonak ez dio pertsona izateari uzten telebista ikusten duenean, ez dio norbanako izateari uzten saio baten ikus-entzule izateko, gizarteko kide izateari uzten ez dion bezala, aparailua piztu edo itzaltzerako orduan, edo ikusitakoari buruz hitz egitean.

Egungo komunikabideen ekosistema aldakorrean, gaineratu genezake, telebista ikustea beti telebistari eta telebista ikusteari buruzko zenbait aurreiritzi eta gaitasunekin burutzen da, ikus-entzuleen kokapen eta aurretiazko esperientzien arabera. Ulerkera eta ahalmen hauek biztanleria osoaren baitan berdin banatuta daudela suposatzea, biztanleria guztiak zaletasun eta lehentasun berdinak dituela bezain ezegokia da. Pertsona batentzat telebista etxera heltzerakoan ia-automatikoki piztearen erritualaren parte den bezala, beste batentzat egun osoko irudi eta soinuen atzealdea izan liteke, eta beste batentzat telebista ez da bere esku dauden plataforma multimedia guztien artean beste bat besterik, aldirik aldi funtzio ezberdinak burutzen dituen, bai gailu teknologiko bezala, eta baita aisiazko baliabide gisa ere. Konplexutasun eta ugaritasun guzti horiek ikus-entzuleriaren ikerketa kuantitatiboan eragiketarik kanpo gelditzen dira, esposizioaren azterketarako behar-beharrezkoa den araztasun, egingarritasun eta alderagarritasunaren mesedetan.

Bignellek esposizioaren neurketa honi bestelako telebistaren ikerketa mota bat kontrajarri izan dio. Hala, Telebista Ikaskuntzek “... ikerketa independenteak ere bere gain hartzen” dituztela dio “non ikus-entzule taldeei (...) ikusten dutenarekiko dituzten jarrerei buruz

²⁹⁶ “...thus ignoring the different significance given to the ‘same’ viewing choice.”

galdetzen zaien, eta telebista ikustea nola moldatzen den haien bizitza esperientzian eta izatearen zentzuan.”²⁹⁷ (Bignell, 2008: 5). Ikerlariak ezberdintasun argia egiten du telebista industriari zuzendutako ikus-entzuleriaren ikerketa eta ikerketa akademikoaren artean.

Lehenengoa, haren ustez, kontsumorako produktuen merkatu berriak identifikatzera zuzentzen den artean, ondasunen salmenta eta produktuekiko erreakzioak neurtuz, bigarrena gehiago zuzentzen zaio, autorearen arabera, telebistak pertsonen bizitza kulturalean hartzen duen kokalekua ulertzera, eta nola “plazera, ezagutza eta aukerak sortzen diren (baina baita asperra, haserrea eta atsekabea ere) telebistaren inguruan”²⁹⁸ (Bignell, 2008: 28). Esan beharrik ere ez dago, lerro hau interesgarriagoa zaigula ikerketa honi begira.

Bigarren zentzu horretan, bereziki garrantzitsua da ikus-entzuleriaren ikerketa akademikoan etnografiatik egin diren ekarpenak gogora ekartzea. Ikus-entzuleriaren beste ikerlari askok bezala, James Lullek ikerketa etnografikoak antropologiarekin duen zorra esplizitatu izan du 1988an argitaratutako *Erantzun kritikoa: ikus-entzuleria enbarazu bezala*²⁹⁹ artikuluan. Bertan, diziplina antropologikoari jarraiki, komunikabideen etnografiak informazioa lortzeko sarri ikus-entzule gutxierekin harreman estuak eta elkarrekintza luzeak baliatzen dituela azpimarratzen du autoreak (Lull, 1988). Horrek berritasun garrantzitsua dakar: unibertsitateko masa komunikabideen ikus-entzuleriaren ikerketa klasikoak eta telebistaren industria mailako ikerketek gehienbat ikus-entzuleria erlatiboki homogeneoa den masa gisa hartu dute (ulerkera, esangura emate eta interes antzerakoak dituzten norbanakoez osatuta) laginetatik abiatuta unibertso zabalagoen ezaugarriak aurreikusi eta ezagutu ahal izateko. Ikus-entzuleriaren ikerketa etnografikoak, aldiz, batez ere talde txikietan jardun izan du, ikerketako parte-hartzaileak aldagai zehatzen arabera hautatu ondoren.

Bide honetatik arazoa, noski, ikus-entzuleek eskainitako guztitik ikerketaren galderarako esanguratsua den informazioa aukeratzean eta berau testuinguru egokian kokatu eta bertara itzultzean datza, Glasgowgo unibertsitateko Christine Geraghtyk jaso bezala (Geraghty, 1998). Ikerketa kuantitatiboak ikerketa objektuari ez dagozkion aldagaiak *cæteris pāribus* manten ditzake, laginaren erantzunetatik unibertso osoari aplikatu dakizkiokeen ezaugarriak erauzteko. Ikerketa etnografikoa, aldiz, ondorio esanguratsuak ateratzeko parte-hartzaileen informazio anabasa aberatsean murgildu behar da, ikus-entzulerien esperientzia eta zentzu-erakuntzan sakontzeko.

²⁹⁷ "But it also involves undertaking independent studies where groups of viewers are asked (...) about their attitudes to what they watch, and how their television viewing fits into their life experience and their sense of who they are."

²⁹⁸ "... how television viewing fits into people's cultural life, and how pleasure, knowledge and opportunities (but also boredom, anger and dissatisfaction) in television arise."

²⁹⁹ Critical response: the audience as a nuisance.

Bi abiapuntuek, kuantitatiboak eta kualitatiboak, estrategia metodologiko ezberdinak erabiltzen dituzte haien helburuak erdiesteko. Honekin ez da, inola ere, haien arteko osagarritasunik egon ezin denik iradoki nahi. Alderantziz, *Ikerketa (ez soilik) kualitatiboaren defentsan*³⁰⁰ post laburrean adierazi bezala (Landabidea Urresti, 2009b), aisiaren fenomenoarekiko ardurak ikuspegi eta saiakera metodologikoki anitzetara bultzatzen gaitu. Ikerketa kualitatiboak ezin du ikerketa kuantitatiboa ordezkatu, edo baztertu, ikerketa kuantitatiboak ere kualitatiboa bazterrean utzi ezin duen bezala. Ikuspuntu osagarriak dira, errealitatearen alderdi ezberdinak argitatzen dituzten fokoak, hala nahi bada, elkarrekin giza errealitatearen zati handiago bat ezagutzea ahalbidetzen digutenak.

Jensen eta Jankowskyk Hartzearen analisisa: masa komunikazioa esanahiaren ekoizpen sozial bezala³⁰¹ kapituluan bereizketa hau Giza eta Gizarte Zientzien arteko ezberdintasunen isla bezala aurkezten dute (Jensen & Jankowski, 1993). Ikerlari bien arabera, gizarte zientziek masa komunikabideen mezuen eta berauen publiko edo ikus-entzulerien elkarreraginaren ikerketa enpirikorako modu berezituen ardura hartu duten artean, humanitate edo giza zientzien aldetik masa komunikazioa testuinguru sozialetan esanahia sortu eta zirkularazten duen jarduera kultural bezala ulertu izan da. Beraz, orotara, Jensen eta Jankowskyren arabera, gizarte zientziek ikus-entzuleriaren ikerketa kuantitatiboak hobetsi dituzte tradizioz, giza zientzietan aldiz hurbilketa kualitatiboagoen aldeko apustua egin den artean.

Behin audientziaren azterketaren mugak azalduta, haren osagarri bezala aurkezten dugun Ikus-entzuleriaren Ikerketaren oinarriak finkatu eta lan honetan erreferentziazkoak izango zaizkigun ardatz nagusiak aurkezteko tenorea heldu zaigu. Horri helduko diogu hurrengo orrialdeetan.

³⁰⁰ En defensa de la investigación (no solo) cualitativa.

³⁰¹ El análisis de la recepción: la comunicación de masas como producción social de significado.

3.3. IKUS-ENTZULERIAREN IKERKETAREN ARDATZAK.

Ikus-entzuleriaren Ikerketak ikus-entzuleria sortzen, eraikitzen duela (Callejo, 2001) eta ikus-entzuletzaren mugak iragazkorrak eta ezegonkorrak direla arrazoitu ostean (Silverstone, 1996), Ikus-entzuleriaren Ikerketan esanguratsuak izan diren aurrekari teoriko eta metodologikoak gogora ekartzea komeni da, ikerketa honetarako esanguratsuenak diren planteamendunek azpimarratutako iker-ardatzak identifikatu eta gure esparrura ekartzeko. Horretarako sei kasu adierazgarri aztertuko ditugu: Britainiar jatorriko Kultur Ikasketak, ikus-entzuleriaren aktibotasuna eta pasibotasuna, ikus-entzuleria eta familia, adin taldeak eta belaunaldiak, ahozketasuna eta telebistaren esanahi eta plazerrak.

3.3.1. KULTUR IKASKETAK (CULTURAL STUDIES)

Kultur Ikasketak deituriko “diziplinarteko joera” (Miller, 2001: 1) Birminghameko unibertsitatean garatu zen 1970eko hamarkadan hainbat metodo, hurbilketa eta ikuspuntu teorikoren multzo bezala. Hastapen haietako autore esanguratsuen artean Raymond Williams (Williams, 1975; 1977), Rosalind Coward eta John Ellis (Coward & Ellis, 1977) eta Stuart Hall (Hall, 1980) aipa daitezke, Richard Hoggart (Hoggart, 1957) eta Edward Palmer Thompson (E. P. Thompson, 1963) aurrekariekin batera. Kultur Ikasketen esparru akademikotik abiatutako telebistari eta telebistaren ikus-entzuleriei buruzko ikerketek sarri telebista herrikoiei³⁰² eta telebistak gizarteko talde ezberdinen uste eta jarrerengan duen ekarpenei buruzko galderak izan dituzte abiapuntu, *The New Left Review* aldizkarian, edo Nicholas Garnhamen *Telebistaren Egiturak*³⁰³ lanean adibidez (Garnham, 1972). Kultur Ikasketen jatorria Britainia Handian bada ere, haren eragina sarkorra eta indartsua izan da Ikus-entzuleriaren Ikerketaren eremu ezberdinetan. Ipar Ameriketako Hartzearen Ikaskuntzetan adibidez, Jack Bratichek *Jendetza aktibatuz: Ikus-entzuleriaren boterea eta Kultur Ikasketak*³⁰⁴ lanean (Bratich, 2008) jaso bezala.

Armand Mattelart eta Érik Neveuren arabera (Mattelart & Neveu, 2004), Kultur Ikasketek kulturaren adiera zabal, antropologikoa dute oinarrian: kultura-nazioa harreman hertsia gainditu eta oinarri gisa talde sozialen kultura hartzen duen eztabaida teoriko bezala ulertuta. Dimentsio politikoa isolatu ordeztu, kulturaren osagai bezala hartzen da, taldeen kulturak ordena sozialaren eta botere harremanen ukazio edo mantenurako jokatzeko duen paperaz

³⁰² “Popular television”esaera erabiltzen da, sarri “high brow”edo “quality television”bezalako kalitate eta izen oneko telebistarengandik bereizteko. Ikus (Bignell, 2008; Miller, 2008).

³⁰³ The Structures of Television.

³⁰⁴ Activating the multitude: Audience power and cultural studies.

ardura hartuta, batez ere talde herrikoiena. Hala, Kultur Ikasketen sorrerak Komunikazioaren ikerketak komunikabideak jardura politiko eta sozial bezala aitortzen hasi ziren unea adierazten duela adierazi zuen Nguyet Ernik (Nguyet Erni, 2001). Funtsean, britainiar Kultur Ikasketak Frankfurteko eskolaren ezkortasun teorikoarekiko erreakzioa bezala ere uler daitezke: Theodor Adorno eta bestek salatutako makineria ideologikoaren aurrean aukerarik gabe, boterarik gabe, menperatutako ikus-entzuleriaren berraktibazioarako eta atxamendurako deia.

Frankfurteko Eskolaren masa gizartearekiko ezkortasunak ikus-entzuleriaren ahultasunaren salaketa eta subordinazioa azpimarratu zituen batez ere, masa kulturak kontraesanik gabeko, dimentsio bakarreko mundua aurkeztzen duela salatuz, eta hartara mundu ulerkera kontserbadore eta kritikaren aurkakoa behartuz hartzaileengan. Adornok *Minima Moralia* lanean, adibidez, makineriak sortutako automatismoa salatu zuen, subjektuak mundu modernoan geroz eta aukerarako aukera gutxiago dituela arrazontatuz: “Eta zein auto-gidarik ez du sentitu tentazioa, motorraren boterean, kaleko zomorroak zapaltzeko – oinezkoak, umeak, txirrindulariak? Makinek operadoreengandik eskatzen dituzten mugimenduetan bertan da jadanik bortxazkoa, danbadazkoa, etengabeko bultzadazkoa dena Faxismoaren tratu txarrean.”³⁰⁵ (Adorno, 1951: 19). Bestela esanda, Frankfurteko eskolak komunikabideen eta ikus-entzuleriaren “orratz hipodermikoaren” ereduak marraztutako eskenatokia du oinarri, non komunikabideen boterearekiko errezeloa eta beldurra diren nagusi, eta ikus-entzuleria masa anonimo eta babesgabetzat hartzen den. Eredu dikotomiko honetan, komunikabideek botere osoa dute, eta hartzaileek ez dute inolako boterarik.

Telebista eta gizartearen arteko botere harremanen inguruan aurkako posizioa hartu zuen Umberto Eco. Alde horretatik ekidiezina da 1972an Birminghameko unibertsitatean argitaratutako *Telebistako mezuarekiko galdeketa semiotikorantz*³⁰⁶ artikulua (U. Eco, 1972) eta 1974an Prix Italia Irrati Telebistako sariaren karira antolatutako Komunikazio Adituen Nazioarteko Sinposioan planteatutako *Publikoak telebista kaltetzen al du?* galdera formako artikulua gogora ekartzea (U. Eco, 1974; U. Eco, 1982).

Ecoren telebista-testuekiko hurbilketa semiotikoa da, zeinuari eta esangurari dagokiona, eta Kultur Ikasketen tradizioarekin bat dator hartzaile- gerrila semiologiko batetarako aldarria proposatzerakoan (U. Eco, 1986). Ikerlari italiarraren arabera, hartzaileari dagokio komunikabideen seinalea mezu bilakatzea, testu bezala aitortu eta honen inguruan esangura

³⁰⁵ “And which auto-driver has not felt the temptation, in the power of the motor, to run over the vermin of the street – passersby, children, bicyclists? In the movements which machines demand from their operators, lies already that which is violent, crashing, propulsively unceasing in Fascist mistreatment.”

³⁰⁶ Towards a semiotic enquiry into the television message. Bertan Eco deskodeketa edo interpretazio aberrantearen figura proposatuko du, igorle eta hartzailearen baldintza sozialak oso ezberdinak direnean testuaren irakurketa hartzailearen egoera sozialak determinatuko duela argudiatuz. Ecoren ustez, egoera hau da ohikoena masa komunikazioan, ez alderantzizkoa.

artikulatzea: hartzaileak seinalea mezu bilakatzen du, baina mezu hau orandik forma hutsa dela deritzo, zeinari esangura ezberdinak egotzi ahal izango dizkion, erabilitako kodearen arabera. Ecoren planteamendua zinez interesgarria den arren, komunikazio prozesuari dagokio soilik, eta ez du komunikazio prozesuek komunikazioaren azken eragile deritzen hartzaileen bizitzan, aisian, egunerokotasunean jokatzeko duen tokiari buruz gehiegi sakontzen.

Kultur Ikasketen erreferentzia saihestezina den Stuart Hallen kodeketa-deskodeketa eredua ere berariaz zuzentzen zaio komunikazioaren dimentsio politikoari, eta Ekok planteatutako kodearen garrantziari. Horretarako, mezu orotan kodetutako ulerkeraren aurrean ikus-entzuleriak (edo irakurleriak) burutu ditzakeen deskodeketa modu ezberdinak proposatzen ditu: irakurketa hobetsia edo nagusia, negoziatua eta aurkakoa³⁰⁷ (Hall, 1980). Eztabaida Telebista-Ikaskuntzen esparrura ekarrita, Hallen ustez diskurtso ideologiko nagusiak telebista saioetan kodetuta daude ekoizpen praktiken bidez, egitura narratibo, ontzat hartzen diren esangura eta rol sozial eta pertsonaien bidez. Bat dator zentzu horretan Adornoren kezkaekin. Hala ere, ikergaia, elementu horien salaketan baino, mezuaren kodeketa eta deskodeketa prozesuetan eragin dezaketen faktoreetan kokatzeko alde jarduten du bere lanean, ikus-entzuleek mezuotatik erauz ditzaketen esanguretan jarriz fokoa.

Telebistaren irudi eta soinuak, ikus-entzunezko zeinuz osaturiko testuak finean, polisemikoak dira; aldi berean hainbat esanahiri euts diezaioke. Telebistako mezuek potentzialki irakurketa bat baino gehiago sostengatu dezaketenez, eta ez dagoenez hartzaileak irakurketa hobetsia edo nagusiaren alde egingo duena ehuneko ehunetan ziurtatzeko modurik, hartzea izango da, Hallen ustez, komunikazioaren katea ixten duen unea. Mezua diskurtso nagusiaren arabera kodetuta eta egituratuta egon daiteke, eta nolabaiteko eragin "gain-determinatzailea"³⁰⁸ izan mezuaren azken esanahiaren gainean (Morley, 2005: 47), baina ereduak komunikabideen alde bakarreko boterearen eta domeinuaren ideiarekin apurtzen du. Neurri batean, behinik behin, mezuaren -eta euskarriaren, gaineratu genezake- esanahiaren eraikuntza igorleari eta hartzaileari baitagokie: "Telebista mezuaren kontsumoa edo hartzea bera, beraz, ekoizpen prozesuaren 'une' bat da zentzu zabalagoan"³⁰⁹ (Hall, 1980: 118).

Kultur Ikasketen lanerako aurrebaldintza da menpeko taldeek kultura nagusiaren zeinu eta objektuak bereganatu eta moldatzen dituztela, berauek esangura berriak egiteko berrantolatuz. Zentzu horretan, Hallek berak azpimarratu bezala, kodeketa-deskodeketa

³⁰⁷ "Preferred" edo "dominant reading", "negotiated" eta "oppositional" hurrenez hurren.

³⁰⁸ "Over-determining effect."

³⁰⁹ "The consumption or reception of the television message is thus also itself a 'moment' of the production process in its larger sense."

ereduaren arabera pentsatzeak ezbaian jartzen du telebistari eta telebistako mezuari buruzko ulerkera eta gizarteko talde ezberdinen arteko botere banaketaren izaera: “Errudimentuzko paradigma honen aplikazioa jada hasia da telebistako ‘edukia’³¹⁰ termino zaharraren ulermena eraldatzen, (Hall, 1980: 120). David Morleyk eta Charlotte Brunsdonek 1970. Hamarkadaren amaieran kodeketa-deskodeketa eredua BBC One kateko *Nationwide* magazinearen harreran aplikatu zuten, ikus-entzuleria ezberdinek saioari buruz egiten zituzten interpretazioak Hallen hiru irakurketa moduekin alderatuz (Morley, 1980; Morley & Brunsdon, 1999). Geroragoko hausnarketan, Morleyk ikerketaren muga nagusitzat elkarrizketatutako pertsonak haien etxe-girotik kanpo elkarrizketatu izana aipatu zuen, *Familiako Telebista*³¹¹ lanean, familiak talde sozial bezala haien ikus-entzuletzaren testuinguru “naturalean” elkarrizketatzea erabakiz (Morley, 1986: 126). Talde sozial eta haien ohiko elkarrekintzarako testuinguruaren aldeko aldarria garrantzitsua da, finean, masa kulturak gizartean duen eragina aztertu baino, gizarte taldeek masa kulturaz egiten duten erabileraz arduratzen baitira Kultur Ikasketak. Millerrek honela zioen:

Artelan kanonikoetan, gobernuaren lidergoan edo gizarte datu kuantitatiboetan fokatu beharrean, Kultur Ikasketek denbora eskaintzen dute azpikulturei, herri komunikabide, musika, arropa eta kirolei. Gizarte talde ‘arrunt’ eta ‘bakterrekoek’ kultura nola erabiltzen eta eraldatzen duten begiratzuz, pertsonak ez dituzte soilik kontsumitzaile gisa ikusten, gizarte balio eta hizkuntza kultural berrien ekoizle potentzial bezala baizik.³¹² (Miller, 2001: 1).

Kultur Ikasketa britainiarrek, zentzu horretan, egun Ikus-entzuleriaren ikaskuntzetan azaleratzen ari den mediazentrikotasunaren aurkako mugimenduaren aurrekari bezala jardun dutela esan dezakegu³¹³. Komunikabideek gizarte eta kultura espezifikotan hartzen dituzten artikulazio eta esanguretan dute ardura, forma kulturalen erabilera eta berjabetzeetan jarria ikerketaren xedea. Finean, semiotika eta etnografia uztartzeko gai izan ziren, marxismoa, eta post estrukturalismoarekin batera (Fiske, 1987b) komunikabideek pertsonen egunerokotasunean hartzen dituzten tokiak aztertzeke.

Pertsonen egunerokotasun honetan kokatzen dira, hain zuzen ere, ondoren landu behar ditugun bi kontzeptuak: aktibotasuna eta pasibotasuna; edo, nahiago bada, ikus-entzulearen hartzea eta parte-hartzea.

³¹⁰ “The application of this rudimentary paradigm has already begun to transform our understanding of the older term, television ‘content’.”

³¹¹ Ikus ikus-entzuleria eta familia atala.

³¹² “In place of focusing on canonical works of art, governmental leadership, or quantitative social data, cultural studies devotes time to subcultures, popular media, music, clothing, and sport. By looking at how culture is used and transformed by ‘ordinary’ and ‘marginal’ social groups, cultural studies sees people not simply as consumers, but as potential producers of new social values and cultural languages.”

³¹³ Ikus *Zergatik aztertu telebistaren ikus-entzuleriak?* atala eta (Hepp, 2010).

3.3.2. HARTZEA ETA PARTE-HARTZEA: AKTIBOTASUNA ETA PASIBOTASUNA

Jada aipatu bezala, Kultur Ikasketei dagokie, neurri handi batean, hartzaileen botere semiotikoa ospatzearekin batera ikus-entzuleriaren izaera aktibo eta pasiboaren inguruko eztabaida mahaigaineratzea. Hala ere, eztabaida ez da inolaz ere berria. Finean, ikus-entzuleek aspaldidanik dute kate ezberdinen artean aukeratzeko gaitasuna “haien telebistaren ‘testu’ propioa osatuz puska horietatik, zeinak ez duen telebista banan-banan azter daitezkeen testu indibidual osoen sail bezala ulertzeak lekarzkeen kualitate mugatu eta batuak agertzen” ³¹⁴ (Bignell, 2008: 23). Besterik ezean, ikus-entzuleek telebista testuan eragin zuzena dute, zapping bidezko etengabeko aukeraketarekin, telebistako mezuen osotasunak apurtuz eta zatiak ikus-entzunezko jario berrietara josiz. Raymond Williamsek argi azaldu bezala, telebista gutxitan kontsumitzen da ekoiztua izan den modu berean, eta telebista testuaren izaera bera kolokan jartzen du kate-aldaketarako aukerak (cf. Williams & Williams, 2003).

Hala ere, Kultur Ikasketek eta komunikabideekiko hurbilketa semiologikoek esanahiaren dimentsio politikoa ikusarazteko egindako lana gogoratu beharra dago. Izan ere, ikus-entzuleriaren aktibotasuna ez da kate-aldaketara mugatzen, finean esanahiaren eraikuntza hari baitagokio. Hartzaileek, bere horretan onartu ez ezik, negoziatu ere egiten dute testuen esanahia. Igorlearen asmoari aurre egin eta testuinguru interpretatibo ezberdinetan kokatzen dute eta; uste zena ez beste kodeen arabera berregineten dute esangura. Telebistaren ikus-entzuleek telebista testu kultural propioetara eraldatzeko gaitasuna erakusten dute, telebistarekiko harreman sozial ezberdinak eratuz eta esangura berriak osatuz. Ikus-entzuleriek orokorrean, eta batez ere zaleek, telebista saioen esanahiak euren osoan irunzteari aurre egiteko joera agertzen dute, haientzako esanguratsuak diren, esanahiak eraikitzeo aukerak eskaintzen dizkieten saioen ezaugarriez jabetuz, berauei forma berriak emateko (Lewis, 1991).

Jack Bratichek jaso bezala, “(...) Ikus-entzuleriaren Ikerketa behartua izan zen ikus-entzuleriaren boterearekin adostasun batetara ailegatzera, dela berau baretzeko edo berau helburu jakinei begira aktibatzeo. Banaketa nagusia ez zen aktiboa/pasiboa, baizik eta aktiboa/erreaktiboa” ³¹⁵ (Bratich, 2008: 34). Izan ere, ikerlariaren ustez Ikus-entzuleriaren Ikerketaren propaganda, marketina eta izu moralaren inguruko diskurtsoek, finean audientziaren boterea eremu erreaktibora zokoratu nahi izan dute tradizioz. Ikus-entzuleen

³¹⁴ “Viewers also switch from one programme or channel to another, composing their own ‘text’ of television from these segments which does not exhibit the bounded and unified qualities which derive from thinking of televisions as a series of whole, individual texts to be analysed singly.” (Bignell, 2008: 23)

³¹⁵ “... Audience Research was forced to come to terms with audience powers, seeking either to pacify them or to activate them for particular ends. The major binary involved was not active/passive, but active/reactive.”

aktibotasun, partehartze eta sormenaren auzia, egungo komunikabideen ekosistema geroz eta konplexu eta transmediatikoagoan ere, urrun dago konpontzetik. Zein da ikus-entzuleriaren boterea? Zertan datza bere aktibotasuna? Zenbaterainoko sormena agertzen du esanahiaren eraikuntzan?

Aisiaren Ikaskuntzen eta lan honen perspektibatik, bereziki interesgarria da David Gauntlettek gaiari buruz esateko duena. Gauntlett-ek bere *Egitea Konektatzea da*³¹⁶ liburuan giza sormenari buruzko ikerketa interesgarria egiten du, artea eta artisautza komunikabideen ekosistemarekin lotuz. Hark dioenez, “asmamen handiko gizakiak garenez, sormena sarri xamar egin ohi dugun zerbait da”³¹⁷ (Gauntlett, 2011: 16). Jeinu handien edo adituen sormenean baino, egunerokotasunean burutzen diren jarduera atsegingarriei erreparatzen die ikerlariak liburuan, ikerketa esparrua giza aisiaren baitan bete-betea kokatuz. Hartara, ezberdinketa proposatzen du “eseri eta jaso” eta “egin eta jardun”³¹⁸ kulturen artean (Gauntlett, 2011: 8), eta bigarrenaren aldeko joera orokor bat bizitzen ari garela iradokitzen du. Ez horrenbeste besteen sormen lana jasotzera zuzendutako aisiazko jardueraren zentzuan, baizik eta norbere sormena ere lantzera zuzendutakoarenean, bai lineaz kanpoko munduan, eta baita eremu digitaleko eta komunikabideekin lotutako aisialdian ere.

Gauntlett-ek eguneroko sormenaren alde egiten du lan horretan, eta ondorio gisa lau ezaugarri lotzen dizkio, John Ruskin eta William Morrisen jarduera filosofikoan oinarrituta: “1. Sormenaren ulermen berri bat prozesu, emozio eta presentzia bezala. 2. Egin eta elkarbanatzeko nahia. Zoriona sormen eta komunitatearen bidez. 3. Sormenaren erdi-geruza itsasgarri sozial bezala. 4. Zure marka uztea, eta mundua zeure egitea.”³¹⁹ (Gauntlett, 2011: 217). Eguneroko sormenaren lau ezaugarriok telebistaren ikus-entzulerien aisiazko esperientziekin lotu daitezke, maila eta gradu ezberdinetan. Azken batean, Gauntletten proposamena, jeinu handien sormen prozesuetan baino, pertsona ororen eguneroko prozesu eta momentu sortzaileez ardura hartzean datza, eta aurkezten duen sormenaren ulermen berriak zerikusi handia du aisiazko esperientziarekin: zoriona, sortu eta elkarbanatzeko desira, komunitateen eraikuntza, eta munduari zentzua aurkitzea.

Liburuan artisautza eta lineako sormenaren hainbat adibidetan zentratzen den arren, nabarmentzeko modukoa da telebistaren ikus-entzulerien aktibotasunaren eta aisiaren kontzeptuaren artean marrazten duen lotura. Aisiazko esperientzia bizi ahal izateko, ezinbestekoa da hartzailearen aldetik sormen prozesu bat, jasotze pasibotik haratago doana,

³¹⁶ Making is Connecting.

³¹⁷ “Because we are inventive human beings, creativity is something we do rather a lot.”

³¹⁸ “... we are seeing a shift away from a ‘sit back and be told’ culture towards more of a ‘making and doing’ culture”

³¹⁹ “1. A new understanding of creativity as process, emotion and presence. 2. The drive to make and share. Happiness through creativity and community. 3. A middle layer of creativity as social glue. 4. Making your mark, and making the world your own.”

eta, egungo komunikabideen ekosisteman, gero eta gehiago doana “egin eta jardun” jarrera horretara.

Hala ere, komeni da gogora ekartzea telebistaren ikus-entzuleriaren aktibotasunaren afera ez dela bateratze multimediaren eta sare digitalen ondarea eskusiboa, askoz arinagokoa baizik. Antzerako argumentazioa darabil Roger Silverstonek Bechtel, Achelpohl eta Akersen lanean (Bechtel, Achelpohl, & Akers, 1972) eta Collett eta Lamben txostenean oinarrituta (Collett & Lamb, 1986):

Jada ez dugu ikus-entzuleriaren telebistarekiko harremana pasibotzat hartzen derrigor. (...) Telebistaren ikus-entzuleak ez tu telebista eleberri bat eta olerki bat bezala ‘irakurtzen’, ezta egunkari bat bezala ere. Arreta eskaintzen dio, batzuetan, harengandik aldentzen da, sarri; eta mota guztietako gauza miragarriak egiten ditu harekin, beti.³²⁰ (Silverstone, 1989: 80)

Bestela esanda, telebistarekin lotutako harreman ezberdinen bidez gure nortasun indibidual eta sozialak eratzen ditugula proposatzen du Silverstonek. Haren ustetan, telebistaren kulturak norbanako eta taldeen aukerak eta bideak egituratzeko ingurunea osatzen du: telebistari buruz hitz egiten dugun moduek, berbeta eta solas kasuarekin txertatzen ditugun osagaiek, edo telebistaren teknologiak gure etxeko eta familiako bizimoduan barneratzen ditugun moduek gure bide-zidorrak osatzen dituzte, de Certearen isilpeko ehiztariek gogorarazten diguten bezala (de Certeau, 1984).

Aisiazko esperientziari dagokionez berriz, Alfredo Fierrok esana da “bizitzea bizipenak izatea” dela eta horrek berarekin dakartzala “norberari gertatzen zaionaren bizipen berezkoa, eta esperimentatzaileraren gisa, norberarentzat bizipen alternatiboak eskuratzea” (Fierro, 2000: 39)³²¹. Zentzu horretan, esperientzia eta bizipena ez da pasibotasunarekin lotzen, objektibatzen zailak diren sentipen, pertzepzio, pentsamendu eta desira pertsonalekin baino. Norberarentzako bizipen berrien bilatzeak esna-aldia iradokitzen du, ez logura. Telebistaren ikus-entzuleak, zentzu horretan, subjektu-egile gisa eratzen dira telebistaren harremanean, Negriren zentzu ontologikoan (Negri, 2002). Euskarazko ikus-entzuleria berbak, -eria atzizki multzokariaz gain, aktibitatea dakar ezinbestean subjektuaren esperientziaren ikuspegitik, ez hala esposizioaren neurketara mugatzen den planteamendu objektibistatik. “Jendetza immanentzia baten izena da. Jendetza singularitasunen multzoa da”³²² esan zuen Negri (Negri, 2002: 36). Horrela, ikus-entzuleriaren aktibotasun eta pasibotasunaren arteko auzia,

³²⁰ “We no longer perceive the audience’s relation to television necessarily as a passive one. (...) The television viewer does not ‘read’ television like a novel, or a poem or even a newspaper. She or he attends to it, sometimes is diverted away from it, often, and does all sorts of wondrous things with it, always.”

³²¹ “...vivir es experimentar, y esto significa tanto tener vivencia espontánea de lo que a uno le sucede, cuanto procurarse, a la manera de un experimentador, vivencias alternativas.”

³²² “Multitude est le nom d’une immanence. La multitude est un ensemble de singularités.”

hein handi batean, Ikus-entzuleriaren Ikerketaren galderek eurek erabakitzen dute, singularitasunen multzo horretan, unean uneko esperientzien bizipen eta esperientzien bilaketan ikus-entzuleak aktibotasun eta pasibotasunaren continuum luzearen hainbat puntutan kokatzen baitira.

Lan honen arduren artean dago telebistaren ikus-entzuleek hartzen dituzten kokapen hauek arakatu eta interpretatzea. Aisiazko esperientziak gutxienezko sormen eta aktibotasuna eskatzen duela suposatu arren, ikus-entzuleriaren jardura eta aktibitatea maila ezberdinetan eman baitaiteke, interpretazio lan eta bizipen subjektibotik hasi eta komunitateari zuzendutako jardun behagarriraino. Sonia Livingstonek adierazi bezala, telebista ikustea sarri errutinazko, arazorik gabeko jardun pasibotzat hartu izan den arren, sinpletasun hau engainagarria da: “Komunikazio hauetan pertsonen duten rola era berean ezagutzen oinarritua, iaioa, motibatua eta anitza bezala ulertu behar da” ³²³ (S. M. Livingstone, 1998: 3).

Kokapen eta jardura aniztasun horren adierazgarri da telebista ikustea jardura indibidual eta bakuna izatetik, taldean, beste esanguratsuekin harremanean, burutu ohi den gizarte praktika bezala ikustera emandako bira Ikus-entzuleriaren Ikerketan. Bira horren adibide dugu hurrengo orrialdeetan aztertuko dugun Ikus-entzuleria eta Familiaren Ikerketa.

3.3.3. IKUS-ENTZULERIA ETA FAMILIAREN IKERKETA

Telebista ikustearen alde sozialei erreparatzen dion Ikus-entzuleriaren Ikerketaren baitan adar garrantzitsua da etxearekiko eta familiarekiko ardura hartzen duena, eta esparru horren barruan lan garrantzitsua osatzen du Morleyren *Familiako Telebista. Botere Kulturala eta Etxeko Aisia* ³²⁴ liburuak (Morley, 1986). Bertan, telebista, finean, etxeko komunikabide gorena dela ondorioztatzen du Morleyk: izan ere, etxean batez ere telebista ikusten da, eta, telebista, etxean ikusten da, batez ere.

Hasteko, ikus-entzuleek telebista oro har familia giroan ikusten dutenez, ikus-entzuleriak aztertzeke familia dinamikak eurak ere aztertu behar direla argudiatzen du ikerlari britainiarrak. Horrela, norbanakoa baino familia hartzen du telebistaren kontsumorako unitate bezala, eta familia osoaren aisia hartzen du telebistarekiko jarrera eta jokabideak aztertzeke testuinguru gisa: “...telebistaren erabilera lehian dauden eta osagarriak diren beste aisiazko jardueren testuinguru zabalagoan ulertu beharra dago: ikus-entzuleek parte hartzen duten

³²³ “People's role in such communications must be correspondingly understood as knowledgeable, skilled, motivated, and diverse.”

³²⁴ Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure.

aisiazko jarduerak (hobbiak, interesak, denborapasak, eta abar)³²⁵ (Morley, 1986: 15). Izan ere, telebistako edukiaren aukeraketa gutxitan egiten da norbanakoaren erabaki soilez; aldiz, familiaren baitako negoziazio, gatazka eta aliantza prozesu konplexuen ondorio izan ohi da sarri. Hartara, gizarte kokapen ezberdinetako familien telebistaren erabilera aldakorrek aztertzea hartuko du helburutzat.

Stuart Hallek Morleyren liburuaren sarreran esanda utzi zuen bezala, ezin uler daiteke telebista ikustea pantailatik hartutako inputen hartze pasiboa bailitzan, ikus-entzuleek ikusten dutenaren inguruan esangura eta irakurketak eraikitzen baituzte. Telebista ikustea jardun aktiboa da, ez pasiboa: egitea, ez hartze soila. Zentzu horretan, Hallen ustez telebistaren kontsumitzaile arrazionalaren nozioa “mitoa” da, eta telebista ikustea berau gertatu ohi den eguneroko etxeko ingurugiroan azertu behar da, gure “telebistarekin erlazionatzeko moduak ikerketa gehienetako protokoloek aurrez suposatzen dutena baino askoz konplexuagoa”³²⁶ baita (Hall, 1986: 8-9).

Aurreko ataletan jorratutako gaia da telebista gailua geroz eta komunikabide ekosistema konplexu eta zabalagoaren baitan kokatzen delakoa, eta sarri aipatu da ikus-entzunezko eduki eta jario ezberdinetarako sarbidea ematen duela komunikabideen bateratzean. Baina telebistaren eta telebista ikustearen inguruan askotariko jarduerak burutu izan ditugu gizakiok telebistaren hastapenetatik bertatik, elkarren artean hitz egitea adibidez. Telebistaren inguruko eta telebistaren ondoko solasa ez dago –ikus entzule askoren amorrariorako- bere horretan telebista ikustetik oso-osoan bereizterik eta telebista testuaren gaineko iruzkinak telebista ikustearen “plazeraren parte” direla ondorioztatzen du Hallek; eguneroko etxeko bizitzaren jarioaren barne daudela: “Telebistari buruzko ‘hizketa’ kritikoa da - errealitatetzat zuzenean hartzen ez den zerbaiti buruzko eta inguruko iruzkina- eta aldi berean atxikimendua eta identifikatzea bultzatzen ditu (intentsitate maila ezberdinetan) bai pantailan ageri denarekiko, eta baita beste pertsonakiko elkarrekintzak mantentzeko.”³²⁷ (Hall, 1986: 9). Telebista ikustea elkarrekintzarako aukera zabaltzeko, norbere espazioa intimoa sortzeko (beste familia kideekin harremanik hasi gabe) edo sofan elkarrengana goxo-goxo kuzkurtzeko aitzakia bezala erabili daiteke.

Bestalde, telebistaren aurrean burutzen den solasa ez ezik, telebistari buruzko solasa ere beharleku eta kaleko elkarriketaren ongarri eta osagai bihurtu ohi da egunerokoan. Aurreko atalean komunikabideen ekosisteman telebista hartzen ari den kokaleku ezberdinak

³²⁵ “...the use of the television set has to be understood in the wider context of the other, competing and complementary, leisure activities (hobbies, interests, pastimes, etc.) in which viewers are engaged.”

³²⁶ “Our actual modes of relating to television are far more complex than the protocols of most research suppose.”

³²⁷ The “talk” about television is both critical—it is comment on and about something we do not in any simple way “confuse” with reality—and at the same time sustains involvement and identification (in varying degrees of intensity) with what is on the screen, as well as maintaining interactions with other people.

deskribatzeari ekiten genion; oraingoan, aldiz, telebistak berak ingurumen bezala jokatzeko duen paperari egin behar diogu erreferentzia. Edo meteorologiari, nahiago bada, telebistari zein eguraldiari buruz hitz egiten baita berbeta kasuarean, gure egunerokotasunaren testuinguru aldakor baina erlkarbanatua osatzen duelako. Telebista, hortaz, ingurumen edo giro-baliabide bihurtzen da.

James Lullek *Telebistaren Erabilera Sozialak*³²⁸ artikuluan argudiatu zuen (Lull, 1980: 197–209), telebistak erreferentzia komunak eskaintzen dizkiela ikus-entzuleei: telebistako pertsonaiak, istorioak eta gaiak giza esperientziak argitu eta azaltzeko erabiltzen ditugu eguneroko solasean, besteak uker ditzakeen erreferentzia bezala. Artikulu berean Lullek telebistaren erabilera sozial anitzok bi ardatz nagusitan kokatuko ditu: egituratzaileak (ingurugiroari dagozkionak eta arautzaileak) eta erlazionalak (komunikazioa erraztea, afiliazioa eta aldentzea, ikasketa soziala eta gaitasun erakusketa). Bestela esanda, eta laburbilduz, “Telebista ikustea ezin dugu dimentsio bakarreko jardura bezala ulertu, zeinek esanahi eta garrantzia bera duen aldi orotan bertan jarduten duten guztientzat”³²⁹ (Morley, 1986: 15). Morleyk analisirako unitatetzat familia unitateak hartzen baditu ere, belaunaldi ezberdinentzat ere telebista ikustea gauza asko izan daitekeela gaineratu genezake.

Telebistaren erabilera sozialen txanponaren beste aldeari erreparatuta berriz, Bechtelek jaso bezala, telebista ikustea ez da hutsean gertatzen (Bechtel et al., 1972) etxean, senitartean kokatzen den telebistaren kontsumoak honek senideen arteko botere harreman sarri desorekatuak islatzen ditu. Telebista ikustea etxeko eta familia mailako dinamika sozialei helduta aztertu beharrezkin bat eginez, Maialen Garmendiak genero ikuspegitik ikus-entzuleriaren azterketak emakume eta gizonezkoen arteko gizarte rolen ezberdintasunei buruz informazio garrantzitsua ematen digula defendatuko du:

(...) emakumezkoen telebistaren ikus-entzuleriaren patroien azterketak interes osagarria du, haietariko askok etxeko lanak burutu behar baitituzte etxean daudenean, gizonezko gehienentzat aldiz etxean dauden denbora astialdia den artean. Beraz, emakumeek telebista ikusteko duten astia aski eskasagoa da, eta aldizka telebista etxeko lanekin bateratzera behartuta egoten dira.³³⁰ (Garmendia Larrañaga, 1998: 73)

³²⁸ The Social Uses of Television.

³²⁹ “Watching television” cannot be assumed to be a one-dimensional activity which has equivalent meaning or significance at all times for all who perform it.

³³⁰ (...) el estudio de los patrones de audiencia de televisión de las mujeres tiene un interés adicional porque muchas de ellas deben realizar diversas labores domésticas cuando están en casa, mientras para la mayoría de los hombres el tiempo que están en casa es fundamentalmente tiempo libre. Por consiguiente, la disponibilidad de tiempo para ver televisión es bastante menor en las mujeres y, en ocasiones, están obligadas a compaginar la televisión con algunas labores domésticas.”

Morleyk berak gizon-emakumeen arteko desorekak azaleratzen ditu liburuaren atal oso batean, eta ondorioetan lanaren azterketarako dimentsio anitzen artean berau azpimarratu telebistaren erabilera estiloen egituratzaile garrantzitsuenetarikoa bezala (Morley, 1986: 174-175). Generoaren dimentsioarena baino adin ezberdintasunei erreparatuko zaio lan honetan, alderaketa egiterako orduan. Hala ere, ekidiezina da emakumezkoen eta gizonezkoen gizarteko eta, batez ere, etxeko rolek telebistarekiko harremanean eragin zuzena dutela aitortzea, gizon-emakumeak ez baitaude gizartetik isolatuta, telebista ikusten dutenean.

Morleyren lanak ekarpen garrantzitsua egiten du telebista ikustearen dimentsio eta erabilerak sozialak eta berau gizarte praktika gisa gertatzen eta txertatzen den familiako testuinguruak aztertzearen beharizanen inguruan: bizitza-estiloak, lan egoera, emisioaren ordutegi eta egutegiarekiko elkarrarremanak eta abar. Gainera, familia ezberdinen arteko alderaketa proposatzen du, esposizioaren neurketa edo kontaketa hutsetik haraindi, ebaluaketaren beharra gogoratuz. Ikus-entzuleriaren ebaluaketa ikerketen artean alderaketa hauek burutzerako orduan lau mota bereizten ditu ikerlariak (Morley, 1986: 16):

- a. Telebista-kateen arteko alderaketa.
- b. Telebista-programa moten arteko alderaketa.
- d. Ikus-entzule talde ezberdinen arteko alderaketa.
- e. Telebista gailuaren erabilera ezberdinen alderaketa (telebista materiale eta ikus-entzule talde ezberdinei dagokienez)

Morleyk marko bezala hartuta familiako aisia, telebista ikustea bihurtuko du ikerketa objektu. Lan honetan alderantzizko planteamendua burutu nahi dugu, nolabait, aisiazko esperientziak telebistarekiko harremanak marko bezala hartuz ikertzea, alegia. Gurera ekarrita, beraz, bostgarren bat ere gehituko genioke, ezinbestean:

- f. Telebistarekin lotutako (aisiazko) esperientzien alderaketa (ikus-entzuleen belaunaldien artean).

Iker-objektu, helburu, kontzeptu eta metodologia aldetik ezberdintasun nabariak gorabehera, zenbait puntu komunean dituzte bi saiakerek. Eta ez da harritzekoa, finean etxeko aisia baitu aztergai Morleyk liburuan. Britainiarrak aztergai dituen lau elementuak³³¹ (Morley, 1986: 50)

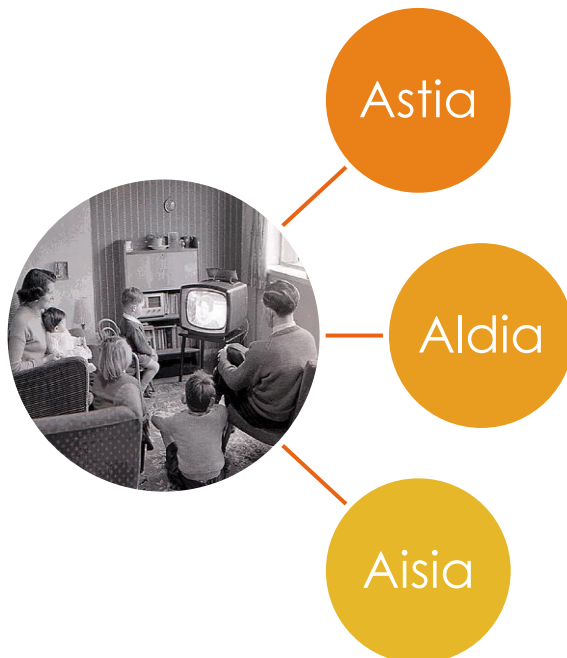
³³¹ “the increasingly varied uses of the household television set(s) —for receiving broadcast television, video games, teletext; etc.; (b) patterns of differential ‘commitment’ and response to particular types of programming; (c) the dynamics of television use within the family: how viewing choices are expressed and negotiated within the family; the differential power of particular family members in relation to viewing choices at different times of the day; the ways in which television material is discussed within the family; (d) the relations between television watching and other dimensions of family life: television as a source of information on leisure choices; leisure interests and work obligations (both inside and outside the home) as determinants of viewing choices.

lehenengo kapituluan zehaztutako aisiaren kontzeptuetatik³³² aztertuz gero, paralelotasun interesgarriak azaleratzen dira:

- A. Etxeko telebista aparailuaren erabileren ugaritasuna (telebista emankizunak jasotzeko, bideojokoak, teletestua...). Zuzen zuzenean kokatzen da AISIA erpinaren baitan, aisiaren ikuspegi objektibotik: telebistarekiko harreman eta jarduera behagarriak alegia.
- B. Atxikimendu maila ezberdinen ereduak eta programazio mota ezberdinekiko erantzunak. Hau ere AISIA erpinean kokatu behar dugu, baina aisiazko esperientzia edo bizipen subjektibo (kontatuaren) ikuspegitik.
- D. Telebistaren erabileraren familiaren baitako dinamika: ikustearen aukerak nola adierazten eta negoziatzen diren, familiako kideen arteko botere ezberdintasunak ikustearen aukeretan eguneko une ezberdinetan, telebistako materiala familian eztabaidatzen den modua. ALDIA erpinari erantzuten dio Jardueraren denbora eta aukeraketari dagokionez. Eskura dauden aukera ezberdinen artean erabaki beharra dago eta, hortaz, telebista ikustea emankizuen jarioaren eta familiaren hautaketan arteko negoziazioaren emaitza da, eskura dagoen eta familiako kideen interes eta arretaren gurutzaketa, etengabe negoziatua.
- E. Telebista ikustearen eta familiako bizitzaren beste dimentsioen arteko harremana: telebista aisiazko aukerei buruzko informazio iturri gisa, aisiazko interesak eta betebeharrak (etxe barruan eta etxetik kanpo) ikustearen aukeren baldintzatzaile bezala. Azken helburuak argiro egiten dio ASTIA erpinari erreferentzia. Telebista ikustea ez da bestelako aisiazko zein betebeharrekin lotutako jardueretatik bereiz daitekeen zerbait. Behin beharrarekin amaituta (edo honekin batera, bateragarriak direnean) burutzen den jarduera da, baita norberearen eta familiaren astialdiaren egituratzailea ere.

³³² Ikus Telebistarekin lotutako aisiarako hurbilketa integrala: Astia-Aldia-Aisia ereduak, 1. atalean.

9. IRUDIA: FAMILIA, TELEBISTA ETA AISIA. MORLEYREN IKERKETA AISIARAKO HURBILKETA INTEGRALEAN.



(E) Telebista ikustearen eta familiako bizitzaren beste dimentsioen arteko harremana: telebista aisiazko aukerei buruzko informazio iturri gisa, aisiazko interesak eta betebeharrak (etxe barruan eta etxetik kanpo) ikustearen aukeren baldintzatzaile bezala.

(D) Telebistaren erabileraren familiaren baitako dinamika: ikustearen aukerak nola adierazten eta negoziatzen diren, familiako kideen arteko botere ezberdintasunak ikustearen aukeretan eguneko une ezberdinetan, telebistako materiala familian eztabaidatzen den modua.

(A) Etxeko telebista aparailuaren erabileren ugaritasuna (telebista emankizunak jasotzeko, bideojolasak, teletestua...).

(B) Atxikimendu maila ezberdinen ereduak eta programazio mota ezberdinekiko erantzunak.

Iturria. Norberak moldatua (Morley, 1986)

Noski, lau elementuek elkarlotura argiak agertzen dituzte, eta erpinak ez dira bere horretan hasi eta amaitzen diren eremu gisa ulertu behar. Morleyk aurkeztzen dituenak kategoria analitikoak dira, azterketaren dimentsio ezberdinen heltzeko abiapuntuak, ez errealitate bakartuak. Baita telebistarekin lotutako aisiarako hurbilketa integrala burutzeko proposatzen diren hiru erpinak ere. Zentzu horretan, bi ereduak agertzen duten bateragarritasuna azpimarratzeaz gain, ikerketa planteatzerako orduan bost elementuak eta hiru erpinak (Astia-Aldia-Aisia ikuspegia) modu integralean aztertzea iruditzen zait interesgarrien, familia mailako telebistarekin lotutako aisia dimentsio eta aurpegi anitzeko fenomeno bat.

Ikus-entzutearen eta ikus-entzuleriaren aisiarako hurbilketa integrala hartzailerek telebistaren inguruan aurkitu eta eraikitzen dituzten esanahi eta plazerei buruzko hausnarketa abiatu beharrean dago, ezinbestean. Radway eta Fiskek auzi horien inguruan egindako ekarpenak jasoko ditugu ondoren.

3.3.4. TELEBISTAREN ZENTZUAK, ESANAHIAK ETA PLAZERRAK.

Telebistaren zentzu, esanahi eta plazerei buruz aritzerako orduan Kultur Ikasketen orbitan kokatu ohi diren bi ikertzaile aipatzea ezinbestekoa da: Janice Radway eta John Fiske. Lehenak emakumezkoei zuzendutako eleberri erromantikoak hartu zituen, irakurlerien eta testu idatzien arteko harreman konplexuak esploratzeko. Bigarrenak, aldiz, telebistaren narratibak, generoak eta formatoak ditu abiapuntu eta telebistaren herri kulturaren izaeraren ikerketaren oinarri.

Radwayren *Eleberri erromantikoa irakurtzen*³³³ lana (Radway, 1984) erreferentziatzeko lan klasikoa bilakatu da Irakurleriaren eta Ikus-entzuleriaren Ikerketan, emakumeek herri literatura modu hau patriarkatuaren baitan esanahi eta plazerak bilatzeko erabiltzen dituzten erak aztertzean. Egilearen aburuz, irakurketa izaera aktiboa eta berezkoa duen gizarte jarduera da, testuarekin soilik ez baizik testuinguru zehatzekin ere estu lotuta dagoena. Lanak testu literarioa abiapuntu hartuta irakurketa eta irakurle(ri)ari buruz ondorioztatu daitekeena zalantzan jartzen du ikus-entzutearen izaeraz eta masa kulturaren kontsumoaz hausnartzeko. Eleberri erromantikoak irakurtzea adiera bakarreko jarduera bezala ulertu ordez, subkultura eta gizarte taldeek testu zehatzekiko eratze dituzten borroka, tentsio eta gatatzak jositako harreman semiotiko ezberdinak aztertzea proposatzen du Radwayk:

Hizketa espazioan zehar eta denboraren igaroan aldatu bada, ez nuen arrazoirik ikusten irakurketak ere hala behar duela uste ez izateko. Hori hala balitz, eta benetako komunitateek testu zehatzak irakurtzen dituzten moduak aurkitu ahal bagenitu, nire lankideen literaturaren izaeraren inguruko zalantzei erantzun ahalko niela pentsatu nuen.³³⁴ (Radway, 1984: 4)

Hortaz, Radwayren lanean ez dugu hartzaileek testuaren inguruan topatu eta eraikitzen dituzten esangurak ikertzeko asmoa bakarrik aurkitzen, literatura beraren ulermenerako saiakera ere bertan dago: testua eta literatura zer diren argitzeko ardura. Egilearen ustez, literatura kulturaren osagai bezala ulertzeko, testu zehatzak berauek kontsumitzen dituzten giza taldeekin konektatu beharra dago, testuokin harremanean dauden irakurle eta irakurleriek -norbanakoek eta komunitateek- egitura semiotiko esanguratsu bezala eraikitzen dituzten moduak zehaztuz. Bestela esanda, eleberri erromantikoaren bizipenean datza, Radwayren ustez, irakurleriaren gakoa.

³³³ Reading the Romance.

³³⁴ "I saw no reason why one shouldn't also assume that as speech varied across space and over time, so, too, must reading. If this was true and one could discover how actual communities actually read particular texts, I thought I saw a way to answer my colleagues' questions about the evidentiary status of literature."

Izan ere, ikerketako parte-hartzaileek maitasun istorioetan murgiltzea euren egunerokotasunean txertatuta duten arren - “liburu bat hartzearen gertaera sinpleak egunean zeharreko jardueren presio eta tentsioei aurre egin ahal izatea ahalbidetzen zien”³³⁵ idatziko du autoreak (Radway, 1984: 86) zaletasunaren xarma esperientziaren apartekotasunean datzala azpimarratzen dute: “...eleberri erromantikoa irakurtzea Smithtoneko emakumeek baloratzen badute esperientzia bera ohiko existentziarengandik ezberdina delako da”³³⁶ (Radway, 1984: 61). Emakumeek eleberri erromantikoak irakurtzea ihesa eta ikastea, onarpena eta erresistentzia, bietatik zerbait duen jarduera bezala deskribatzen du liburuaren hirugarren atalean, aisia forma konplexua bezala alegia.

Eleberri erromantikoak irakurtzen liburuak eta haren aurrekari zuzenak, *Emakumezkoek Eleberri Erromantikoa Irakurtzen dute: Testu eta Testuinguruaren Elkarrekintza*³³⁷ artikulua (Radway, 1983) Smithton ezizendun Ipar Amerikako herriko emakumezko irakurle talde bat du oinarri. Herriari buruzko datu soziodemografikoak eskaintzen dituen arren, egilearen asmoa ez da ikerketa orokorgarri bat eskaintzea, ez eta irakurleria horren ezaugarriak eta irakurketa moduak munduko beste tokietara hedatzea. Esplizituki azaltzen du, gainera, laginaren aukeraketa ez dela orokorgarria: “Argi dago Smithtoneko taldea ezin dela zientifikoki diseinatutako ausazko lagin bezala pentsatu”³³⁸ (Radway, 1984: 48). Berrogeita bi irakurlek hartu zuten parte galdetegiari erantzunez eta elkarriketa saioetan guztira, baina Radwayren asmoa ez da AEBtako eleberri erromantiko emakumezko irakurle guztiak erretratatzeko. Aitzitik, irakurle zehatzen eta literatura genero jakin baten testuen artean sortzen diren harremanak, irakurtzeko motibazioak, ohiturak eta sariak esploratzea du helburu. Liburuko bigarren atalaren izenburuak ezin hobeki adierazten du helburu hori: *Irakurleak eta Haien Eleberri Erromantikoak*³³⁹ (Radway, 1984: 46).

Genero literario baten eta bere irakurleriaren kasu azterketaz haratago, Radwayren lanak komunikabideen eta ikus-entzuleriaren arteko harremanari eta askatasun mailari buruzko gogoeta planteatzen du. Kultur Ikasketen eta Iparramerikako *Reader-response Criticism* edo hartzearen estetikaren azterketaren adierazle esanguratsua izateaz gain, hartzaileek komunikabideek plazaratutako forma kulturekin osatzen dituzten elkarrekintzak eta eguneroko bizitzako hartueman sozialei buruzko galdera aipatuz josita dagoen lana da. Irakurleriaren aisiazko esperientziei buruzko hausnarketa aparta, finean. Izan ere,

³³⁵ “the simple event of picking up a book enabled them to deal with the particular pressures and tensions encountered in their daily round of activities.”

³³⁶ “...romance reading is valued by the Smithton women because the experience itself is different from ordinary existence.”

³³⁷ *Woman Read the Romance: The Interaction of Text and Context.*

³³⁸ “It is clear that the Smithton group cannot be thought of as a scientifically designed random sample.”

³³⁹ “The Readers and their Romances.” Izenburuak hitz joko itzulezina proposatzen du, ingelesez eleberri erromantikoa eta amodio-abentura hitz berarekin adierazten baitira, irakurleek eleberriekiko duten harremana irudikatuz.

ikerlariaren ustez auzia ez da hainbeste “[t]estu erromantikoak objektiboki zer esan nahi duen... baizik eta testua irakurtzearen jazoera bera nola interpretatzen duten horretan diharduten emakumeek.”³⁴⁰ (Radway, 1983: 56). Hau da, zein zentzu, esanahi eta plazer aurkitzen duten irakurleek, eleberri erromantikoak irakurtzean. Galdera antzeratsuak planteatzen ditu John Fiskek, baina, herri literaturen genero jakin batekiko beharrea, telebistarekiko bere osotasunean *Telebista Kultura*³⁴¹ (Fiske, 1987b) lanean. Liburua Kultur Ikasketen baitan telebistaren inguruan egindako lan interesgarrienetarikoa da, telebistaren bidez eta telebistaren inguruan ikus-entzule eta ikus-entzuleria ezberdinek esangurak eta plazerak aurkitu, eraiki, zalantzan jarri eta elkarbanatzen dituzten moduak eta prozesuetaz baitihardu, herri kultura, egunerokotasuna, Hallen kodeketa/deskodeketa eredua eta Antonio Gramsciren hegemonia bezalako kontzeptuak aise uztartuz.

Lanaren sarreran bertan, telebistaren ulerkera berezia eskaintzen du autoreak, liburu osoaren *leitmotiv* modura: “Telebista esanahi eta plazeraren eramaile/zirikatzailerik bezala eta kultura gizartearen baitako esanahi eta plazeraren aniztasunen sormen eta zirkulazio bezala ulertzen duen definizioarekin egiten dut lan”³⁴² (Fiske, 1987b: 1). Telebista, hortaz, edukien igorle edo hedabide bezala baino, eragile kultural bezala ulertuko du Fiskek: esanguren probokatzailerik eta zirkulatzailerik gisa. Telebistako testuek, esanahirako gaitasuna, esanahiaren potentzialtasuna dutela argudiatuko du, Kultur Ikasketen tradizioari jarraiki, esanahiaren azken eraikuntza edo itxiera hartzaileengan, ikus-entzuleriarengan dagoelarik. Kodeketa-deskodeketa ereduari dagokionez, esanahi potentzial horiek irakurketa nagusi edo hobetsiaren arabera osagai ezaugarriak telebistaren osagai estrukturaltzat ditu Fiskek: telebistaren izatetik bereizi ezin diren ideologia nagusiaren interesen zerbitzura dauden jardura diskurtsiboak. Horrela, teorilariarentzat telebistako pertsonaiak ez dira norbanakoen ordezkariak, edo fikzio hutsa, ideologiaren kodeketak baizik; “balio ideologikoen gorpuzteak”³⁴³ alegia (Fiske, 1987a; Fiske, 1987b: 9).

Telebistarekiko jarrerak eta esperientziak, eta telebistaren edukien inguruko interpretazio eta irakurketak sozialki kokatuak direla argudiatu du Fiskek. Haren ustez, telebistaren testuekin esanahiak negoziatzea prozesu diskurtsiboa³⁴⁴, eta hortaz soziala, da (Fiske, 1987b: 80-83). Are gehiago, esangurak sozialki determinatuta daudela argudiatuko du, balizko esanguren aukera eta mugak gizarte mailan zehazten direnaren zentzuan, ez kausa eta efektu mekaniko bezala.

³⁴⁰ “What the romantic text objectively means...but rather how the event of reading the text is interpreted by the women who engage in it.”

³⁴¹ Television Culture.

³⁴² “I work with a definition of television as a bearer/provoker of meanings and pleasures, and of culture as the generation and circulation of this variety of meanings and pleasures within society.”

³⁴³ “embodiments of ideological values.”

³⁴⁴ Diskurtsoak kultur baliabideen errepertorio bezala hartuko ditu Fiskek.

Sozialki determinatutako interpretaziorako muga horien baitan, testuaren izaeraren planteamendu berezia egiten du Fiskek, Radwayren literatura kritikaren eta Otten telebista ez den testuaren (Ott, 2008) proposamenen aurkakoa neurri handi batean³⁴⁵. Testua hartzaileek eraikitzen, sortzen eta birsortzen duten zerbait da bere ustetan, ez kultura-industriak zirkulatzen dituen diskurtso eta zeinu sistemak: "Industriak saioak ekoiztu, banatu eta definitu egiten ditu: testuak hauen irakurleen produktuak dira (...) Testuak produkzio indarren eta hartze moduen gatazka guneak dira." ³⁴⁶ (Fiske, 1987b: 14). Hartzaileak gizartean kokatuta daudenez, testua irakurlearen esperientzia sozialaren ondorioa da; hartzea eta irakurketa esanahia eraikitzen duten elkarrizketak dira, ezinbestean. Elkarrizketa, eztabaida prozesu horretan kokatuko du Armand Mattelartek ere Hirugarren Munduan Hollywoodeko filmen harrerari buruz esandakoa: "Klase menperatuek masa kulturaren mezuak indargabetu ditzakete, euren antidotoak sortu, batzuetan kontraesankorrak diren kultura berriaren haziak sortuz" ³⁴⁷ (Mattelart, 1980: 20).

Irakurketa eta adiera aniztasuna telebistaren ezaugarri nagusitzat du Fiskek. Polisemia hori beharrezkoa duela deritzo, masa gizarte batean ikus-entzuleria zabal batengana heldu ahal izateko, gizartean oso modu ezberdinetan kokatuta dauden ikus-entzuleek zentzua duten harremanak eratu ditzaten berarekin. Horrela, ikerlariaren arabera telebistak ez du testurik zirkularazten, ikus-entzuleek sortzen dituzte testuok uneoro, telebistarekin harremanean. Harremanok, noski, ez dira pantaila itzaltzean amaitzen: telebista ikustea, hartzea bera ez ezik, telebistaren inguruan hitz egitea ere saio hauetatik testua eraikitzeko prozesuaren parte da, testuingurua testuaren hartzearen plazeraren parte den bezala. Frankfurteko Eskolaren ezkortasunaren eta Louis Althusserren estrukturalismoaren kultura-industriaren botere ahalguztidunaren aurrean (Althusser, 1971), Fiskek ikus-entzule eta ikus-entzuleriek, kokapen ezberdinetatik, telebistaren testuak esanguratsu eta atsegingarri egiten dituen prozesuetan oinarritzen du bere ikerketa.

Telebistaren egungo eta etorkizuneko funtzio sozialak direlakoak direla, pertsonak telebista ikustea atsegin dutela, eta jarduera honen plazera aurkitzen dutela ukaezina dela argudiatuko du ikerlariak, hitzaren adiera ezberdin eta gainjarrietan³⁴⁸ (Fiske, 1987b: 224-239). Fiskeren ustez, plazera zuzenean lotuta dago boterearekin, baina ez soilik ideologia hegemonikoaren onarpenarekin, baizik eta baita erresistentzia eta subertsioarekin ere bai. Smithtongo emakume batzuek senarren gaitzezpen eta mespretxuaren aurrean eleberri

³⁴⁵ Radwayk testua eta testuingurua aipatuko ditu, Fiskerentzat testua testuinguruaren arabera den artean.

³⁴⁶ "Programs are produced, distributed, and defined by the industry: texts are the product of their readers.(...) Texts are the site of conflict between their forces of production and modes of reception."

³⁴⁷ "The messages of mass culture can be neutralized by the dominated classes who can produce their own antidotes by creating the sometimes contradictory seeds of a new culture."

³⁴⁸ Ikus Roland Barthesen "plaisir" eta "jouissance" berben arteko ezberdintzea (Barthes, 1975) eta Fiskeren plazer soziala.

erromantikoak irakurtzen jarraitzea erabaki eta ihardukitze horretan plazera aurkitzea, adibidez. Norbere edo taldearen esanahiak eraiki ahal izateko arauak hausteak, baita herri kulturaren forma ezberdinen arau diskurtsiboak ere, plazera dakar. Hortaz, autorearentzat jolasa, jokoa, olgeta, sormena eta aisia testuarekin eta botere harremanekin zuzenean lotutako kontzeptuak dira: “Jolasa, menekoentzat, haien menpekotasunaren badintzekiko erantzun aktiboa, sortzailea, erresistentziazko da: ezberdintasun subkulturalaren zentzuari eusten dio ideologia nagusiaren indar bereganatzaileen aurrean”³⁴⁹ (Fiske, 1987b: 236).

Laburbilduz, bi egileon lanari erreparatuta esan dezakegu herri kulturaren formen hartzea (dela eleberria edo telebista saioa) prozesu kokatua, konplexua eta dimentsio aniztuna dela. Kokatua dela diogu, hartzailean une historiko, egoera sozioekonomiko eta prestakuntza maila batetatik abiatzen dutelako testuarekiko harremana. Era berean, irakurketa edo ikus-entzutea testuinguru material batean ematen da, zarataz inguratuta edo isiltasunean, bakarka edo taldeka. Hartzea konplexua da, testuaren izaera bera igorle eta hartzailearen arteko harremanean egituratzen delako, esangura eta plazerak artikulatuz honen inguruan, ikus-entzuleen egunerokotasunean txertatuta. Eta dimentsio anitzekoa da, hartzearen esperientzia, aisiazko esperientzia bezala, adiera bakarreko azterketa kuantitatiboetatik soilik abiatuta ulergaitz suerta daitekeen osagai subjektibo eta objektibo ugariren elkarreraginean osatzen delako.

Hurrengo atalean adinaren aldagaiaren inguruan egindako ekarpen esanguratsuak ekarriko ditugu, belaunaldiaren kontzeptua eta Ikus-entzuleriaren Ikerketarako duen esangura argitzeko asmoz.

3.3.5. ADIN TALDEAK ETA BELAUNALDIAK.

Lan honen helburuetan ez ezik, izenburuan ere egiten zaio erreferentzia belaunaldi ezberdinei, eta hortaz, adin-talde ezberdinei. Bi terminoak kontzeptu ezberdinei lotuta daude berez, elkarren artean zerikusi handia duten arren: adina aldagai objektiboa da, ikerketaren helburuen arabera multzotan bana daitekeena, belaunaldiak aldiz bestelako erreferentzia historiko, sozial edo kulturalen arabera definitu ohi dira, elementu subjektiboak kontuan hartuz.

Adin taldeek multzo demografikoa adierazten duten artean, belaunaldiek sarri elkarbanatutako esperientzia historiko komunak dituzte oinarrian, taldea bere burua talde

³⁴⁹ “Play, for the subordinate, is an active, creative, resistive response to the conditions of their subordination: it maintains their sense of subcultural difference in the face of the incorporating forces of the dominant ideology.”

bezala identifikatzera eraman dezaketenak. Don Tapscottek jaso bezala, belaunaldia eta adina gauza ezberdinak dira (Tapscott, 2009), biak ala biak aztertzeko modukoak komunikabideen ekosistemaren eta gizarte osoaren eraldaketak ulertu nahi izatekotan. Tapscottek esperientzia hartzen du belaunaldiaren osagai definitzailetzat, adina esperientzia jakin bat (teknologia digitalez inguratuta adin nagusigora iristea bezala) bizi ahal izateko kokaleku bezala ulerturik.

Karl Mannheimen ustez, belaunaldiak semantika historiko komuna duten subjektu kolektiboak dira, eta esanahi partekatuak daude haien oinarrian, gutasuna osa dezaketen interpretazio eredu eta gailu linguistikoen sorta komunak (cf. Mannheim, 2011). Belaunaldia, nortasun mota bat da Mannheimenen lanean, hiru mailatan ager daitekeena: estatus bezala (adin talde batek espazio historiko bera banatzen duen zentzuan, jazoera berdina bizi, baldintza antzerakoan...) errealitate bezala (garai historikoan partehartze bezala, jazoera sozial eta intelektualetan), eta belaunaldi unitate bezala, talde sozial egituratu eta konkretu gisa (Mannheim, 2011: 303-304). Estatusa ezaugarri objektiboek dagokie (testuinguru historiko eta demografikoak definitzen du, ez pertsonak berak) errealitate (belaunaldi izaeraren aitortzea eskatzen dituen) eta unitateek (belaunaldiaren kide bezala elkar aitortzen duten giza taldeak) elementu subjektiboak eskatzen dituzten artean.

Interesgarria da gogora ekartzea soziologo hungariarrak belaunaldiek talde-ulermentan jokatzen duten paperari buruz luzatzen duen gogoeta: “Talde-ulerkeren belaunaldiz belaunaldiko transmisioa interpretazio prozesua da, aukeraketa prozesua izateaz gain (...) Ezin da interpretazio prozesu hau behar den bezala bistaratu, belaunaldi berri batek zaharraren metaketa onartu edo moldatzen duenean gertatzen den aldibereko aukeraketa soziala kontuan izan gabe.”³⁵⁰ (Mannheim, 2003: 83). Gizakiek, norbanako bezala eta taldean, ezagutza, uste, informazio praktiko, antolamendu sozial eta teknologiekiko onarpen, moldaketa eta aurkakotasunak agertzen dituzte etengabe, osagai batzuk aukeratuz eta besteak baztertuz, batzuk eta besteen esanahiak birmoldatuz, egokituz, zaharra eta berriaren arteko tentsioan; baita komunikabideei dagokienean ere.

Horren harira, ikerketa ezberdinek adin talde eta belaunaldiek komunikabideekiko dituzten jarrerak (Diddi & LaRose, 2006), berriak eta informazioa eskuratzeko orduan aukeratzen dituzten hedabideak aukeratzeko motibazioak (Vincent & Basil, 1997) alderatu izan dituzte. Hala ere, gehienbat adin-talde zehatzetara zuzendu izan da Ikus-entzuleriaren Ikerketa: haurrak eta komunikabideak (Askoren artean, 2001; Hodge & Tripp, 1986), nerabeak eta

³⁵⁰ “The transmission of group understandings from generation to generation is an interpretative as well as a selective process.(...) One cannot properly visualize this interpretative process without the concurrent social selection which takes place as a new generation accepts or modifies the accumulation of the old.”

komunikabideen erabilera (Cola, 2011), gazteak eta telebista (López Vidales et al., 2011: 97-113), pertsona nagusiak eta komunikabideak (Rubin & Rubin, 1982), eta abar.

Belaunaldien arteko ikerketaren aukera eta arriskuen artean gogoeta egiten dute Aroldi eta Colombok *Belaunaldietarako Kidetza eta Komunikabideen Paisaia Europan*³⁵¹ artikuluan (Aroldi & Colombo, 2007). Bertan, galdera garrantzitsua luzatzen dute: posible al da belaunaldiekiko partaidetza edo kidetza aldagai modura hartuta telebistaren ikus-entzuleriak aztertzea? Belaunaldi batetako kide izateak subkultura moduko baten partaidetza esan nahi al du, komunikabideen kontsumoa, interpretazio markoak eta komunikazioaren teknologien jabetze eta erabilerekiko alde aurretiko jarrerak baldintzatuz? Bestela esanda, esanguratsua al da belaunaldiaren kontzeptua komunikabideekiko orokorrean, eta telebistarekiko espezifikoki, eratzen ditugun harreman sortak azaltzeko? Autoreek gizarte-belaunaldi terminoa³⁵² proposatzen dute, segmentazio ezberdinek gurutzatutako konstruktua teoriko gisa (Aroldi & Colombo, 2007: 36).

Hala, belaunaldien afera modu integralean aztertu beharra aldarrikatzen dute, aldibereko faktore ezberdinei erreparatuz: bizi-itxaropena, komunikabideekiko biografia³⁵³, komunikabideekiko esperientziak gertatu diren testuingurua, belaunaldi bereko partaideekiko balore partekatuak, komunikabide sistemaren garapen historikoa, berrikuntza teknologikoaren faseak, komunikazio produktuen jabetze prozeuak, eta, oro har, gizarte eta kultura sistema osoari eragiten dioten aldaketak kontuan harturik. Zentzu horretan egileentzat adina ez da esanguratsua bere horretan, baina belaunaldi batekiko partaidetzaren adierazle edo gida bezala funtziona dezake “epe historiko jakin batean, adin bera izateak eta panorama kultural berari aurre egin beharrak, eskura dagoen komunikabide sistema eta erabili dituzten komunikazio produktuekin batera”³⁵⁴ (Aroldi & Colombo, 2007: 36) eragina izan baitezake osagai objektibo eta subjektiboak barne dituen subkultura modu batean.

Carlos Alberto Sclarik jaso bezala, telebistaren edukien ekoizleak eurak ere jakinaren gainean daude belaunaldien arteko aldaketez: “Ez da gauza bera irratian, prentsa idatzian edo telebistan bertan hezitako ikus-entzuleria limurtzea eta web nabigazioan, software edo bideo-jokoen erabilera esperientzia hipertestualen bidez sortutako gaitasun

³⁵¹ Generational belonging and mediascape in Europe.

³⁵² "social generation."

³⁵³ "media biography."

³⁵⁴ "in a given historical phase, the fact of having the same age and having to confront the same cultural panorama, as well as in terms of the media system available and the media products they have used."

interpretatibodun belaunaldi berrientzat saioak ekoiztea”³⁵⁵ (Scolari, 2008: 2). Ikus-entzuleria bezala, belaunaldiek ez dute soilik jazoera eta bizipen historikoen esperientzia komunean, baizik eta baita belaunaldi bereko kideekin atzealde, testuinguru bera elkarbanatzearen kontzientzia ere. Michael Corstenek esan bezala “[belaunaldiek] ez dute soilik zerbait komunean, zentzu (komun) bat ere badute – elkarbanatutakoaren eta ontzat emandakoaren adiera bikoitzean- komunean zerbait izatearen ondorioz”³⁵⁶ (Corsten, 1999: 258). Bestela esanda, belaunaldi ezberdinek, bizipen komunak izateaz gain, bizipen komun horien kontzientzia dute komunean.

Aroldi eta Colombok belaunaldi eta komunikabideen arteko harremanaren azterketarako hiru gako laburbiltzen dituzte jada aipatutako artikuluan (Aroldi & Colombo, 2007: 4). Lehenik eta behin, komunikabide ezberdinak eta euren produktuak, komunikabideen paisaia bera eta paisaia honekiko bizitako esperientziak belaunaldien semantika ezberdinen parte direla argudiatzen dute³⁵⁷. Hala, haurtzaro eta gaztaroko sozializazioan ezagututako komunikabideekiko harremanak zerikusia duela diote egileek belaunaldi baten komunikabide ekosistemaren ulerkeran eta partehartzean. Bertan koka daiteke Jason Mittellen lana, non grabagailu digitalekin hazi eta hezitako umeen telebistaren ulermena aztertzen duen (Mittell, 2011). Bigarren gako bezala belaunaldi ezberdinetan komunikabideen dieta eta errepertorio ezberdinak aurkitzen dira, aldi berean semantika ezberdinen ondorio direnak, eta semantika hauetan eragiten dutenak. Ikerlarien iritziz, belaunaldi ezberdinek komunikabideekiko hierarkia eta jarrera ezberdinak agertzen dituzte. Gai honen inguruan Uwe Hasebrink eta Hanna Domeyerren *Komunikabideen Errepertorioak Jokabidearen Eredua eta Jarduera Esanguratsu bezala*³⁵⁸ aurkezpena aipatu daiteke (Hasebrink & Domeyer, 2011), non komunikabide jakinekiko jarrera baino, komunikabide ezberdinekiko harremanen osotasuna aztertzen den, gestaltaren modura. Azkenik, belaunaldiek komunikabideekiko esperientzia bi modutan elkarbanatzen dute: komunikabideen erabilera errepikatuan ematen den erritualtasun komun baten bidez batetik, eta belaunaldi ezberdinen orainaldi komuna osatzen duten komunikabideek helarazitako edukiak elkarbanatuz bestetik. Egileen ustez horrek eragina du belaunaldi ezberdinek komunikabideekiko ageri dituzten gaitasun eta alfabetatze mailetan. Sonia Livingstonen *Gazteak eta Komunikabide Berriak*³⁵⁹ lana argigarria da komunikabideekiko sozializazio motei, eta belaunaldi berriek komunikazio teknologia berriekiko agertzen dituzten jabetze prozesuei dagokienez (S. M. Livingstone & Bovill, 2002).

³⁵⁵ "No es lo mismo conquistar una audiencia formada en la radio, la prensa o en la misma televisión que producir programas para nuevas generaciones con competencias interpretativas generadas en experiencias hipertextuales como la navegación en la web, el uso del software o los videojuegos."

³⁵⁶ "they do not only have something in common, they have also a (common) sense – in the twofold sense of shared and taken for granted – for the fact that they have something in common."

³⁵⁷ Autoreek Mannheimen lanaren zentzuan hartuko dute semantika, hau da, gutasun bat osa dezaketen interpretazio eredu eta gailu linguistikoen sorta komun moduan.

³⁵⁸ "Media Repertoires as Patterns of Behaviour and as Meaningful Practices."

³⁵⁹ Young People and New Media.

Aroldi eta Colomboren lanak belaunaldiaren kontzeptuak ikus-entzulerien ulermenean ez ezik ikus-entzuleta moduen osaketan duen garrantziaz ohartarazteaz gain, belaunaldien arteko hartuemanari ere erreparatzen dio, telebista saioen negoziazio eta aukeraketa prozesuetan adibidez. Belaunaldien arteko elkarrizketa hauek sarri etxean, familiaren baitan ematen direla ondorioztatzen dute, adin taldeek gizarte egituraren definizioan jokatzeko duten funtzioari erreparatuz. Familian, belaunaldiek botere harremanak eta funtzio sozialak zehaztu ohi dituzte, eta dimentsio hori bereziki interesgarria da ikus-entzuleriaren azterketarako. Ikus-entzuleen belaunaldi ezberdinek komunikabideen ekosistemaren orainaldi bera okupatzen dute aldi berean, eduki berak kontsumituz sarri, eta komunikazioaren teknologia berak dituztelarik eskura. Hala ere, semantika ezberdinek, jarrera, gaitasun, motibazio eta marko interpretatibo ezberdinek arras esperientzia eta irakurketa ezberdinak ahalbidetzen dituzte, telebistarekin lotutako aisiazko esperientziaren ikerketarako esparru emankorra zabaltuz.

Bestalde, belaunaldiaren kontzeptu soziologikoak adin-taldearen ikuspegi objektiboa gaintitu eta partaidetza eta kidetasuna bezalako aldagai subjektiboak esploratzea ahalbidetzen digu, lan honetan proposatzen dugun ikus-entzuleriaren kontzeptuarekin zeresan handiagoa duena segmentazio soziodemografiko soilak baino. Aldagai subjektibo horien esploraziorako garrantzia handia izan du, eta izango du hemendik aurrera ere, Ikus-entzuleriaren Ikerketan ahozkoatasunak. Alor hori jorratuko dugu, ondoren.

3.3.6. AHOZKOTASUNA IKUS-ENTZULERIAREN IKERKETAN.

Idatzizkoaren eta ahozkoaren arteko harremana auzi zaharra da Komunikazioaren Ikerketan, baina baita komunikabideen ekosistema garaikidean gaurkotasun handikoa ere. Izan ere, testuaren eta hartzearen izaerari buruzko gogoeta orok galdegin beharra du ahozkoaren eta idatzizkoaren lekuaz giza komunikazioan, eta egungo multimedia bateratzeak eta ikus-entzulerien ibilera transmediatikoek arazoa ebatzita utzi baino, berriro mahai gainera ekarri dute. Finean, idatzizkoaren eta ahozkoaren arteko harremanak telebistaren izaerari buruzko eztabaida ere islatu egiten du. Zer da telebista; ekoiztatuko, igorritako, inskribatutako ikus-entzunezko testuen jarioa, ala jario horrekiko kontaktua, esperientzia eta kontakizuna? Non da telebista; haren saio, iragarki, egitura formal eta diskurtsoaren antolamenduetan, ala hauekiko eratzen diren unean-uneko harreman iragankor, aldakor eta erregistratu gabekoetan?

Michel de Certearentzat idazketa berezko espazio baten eraikuntza da, finean: “Zer da idaztea orduan? Nik ‘idaztea’ berezko espazio [un espace propre], zuriune bat eraikitze

jarduera zehatza bezala izendatzen dut – orrialdea- bertatik aurretiaz isolatua izan den kanpoaldearekiko boterea duen testua”³⁶⁰ (de Certeau, 1984: 134). Idatzizkoa, hortaz, (komunikabideen) espazioaren okupazio estrategikoa da, boteretsuaren pribilegioa modernitatean. Ahozkoa, aldiz, idatzizkoaren botere guneeetatik at, menpekoen ahotsetan kokatzen den tradizioa da *Eguneroko Bizitzaren Praktika* lanaren egilearentzat: idatzizkoari estrategia dagokio, ahozkoari aldiz taktika. Idatzizkoari ekoizpenaren ideia lotzen zaio, aurrerapen zientifiko, artistiko, ekonomikoa. Ahozkoari aldiz lorratzik uzten ez duen, berezko espaziorik ez duen sormen lana dagokio:

‘Egite’ hau ekoizpena da, poiesia, baina ezkutukoa, ‘ekoizpen’ sistemek (telebistak, hirigintzak, merkataritzak, eta abar) definitu eta okupaturiko lurraldeetan sakabanatuta baitago, eta sistema hauen hedakuntza hazkorrak ez baitie ‘kontsumitzaileei’ lekuri uzten sistemaren produktuekin zer egiten duten erakusteko. Ekoizpen arrazionalizatu, espantsionista eta aldi berean zentralizatu, zaratatsu eta ikusgarriari beste ekoizpen bat dagokio, “kontsumoa” deitutakoa.³⁶¹ (de Certeau, 1984: 14-15)

Ikus-entzuleriak, hortaz, ahozkotasunaren lurralde-ezean (edo ez-lurraldean) kokatzen dira, telebistak izkribatutako espazioan isilpeko ehiztarien gisa jardunez esanahi eta plazeraren ekoizpen isilean. Telebistaren ekoizpen ikusgarriak bere lurraldea osatzen du, estrategiak garatzeko gai da, eta aldiz ikus-entzuleek hainbat taktika baliatu behar dituzte, beti besterenak diren lurretan. Roger Silverstonek ere, de Certearen lanetik abiatuta, ahozkoa eta idatzizkoa boterearen bi muturretan kokatzen ditu: “...ahozkoak ihes eta aurka egiten du. Ahotsek eta gorputzek plazera eta mina adierazten dute. Ahozkoak esperientziaren eta oroimen kulturalaren espazioak okupatzen ditu: eguneroko bizitzaren espazioak. Idatzizko ekimenaren kanpoan eta aurka kokatzen da.”³⁶² (Silverstone, 1989: 83).

Walter J. Ongena ez da auziaren inguruko irakurketa hain politikoa. Haren ustez, ahozko kultura kultura idatziaren aurrekaria da, testualtasuna batez ere idatzizko formei lotzen zaielako (Ong, 2002). Interesgarria da, halere, komunikabideen ekosisteman bi ahozkotasun maila identifikatzen dituela ikustea. Autorearen ustez, lehen mailako ahozkotasuna idazketa

³⁶⁰ “What is writing then? I designate as ‘writing’ the concrete activity that consists in constructing, on its own blank space [un espace propre] - the page- a text that has power over the exteriority from which it has first been isolated.”

³⁶¹ “The ‘making’ in question is a production, a poiesis, but a hidden one, because it is scattered over areas defined and occupied by systems of ‘production’ (television, urban development, commerce, etc.), and because the steadily increasing expansion of these systems no longer leaves ‘consumers’ any place in which they can indicate what they make or do with the products of these systems. To a rationalized, expansionist and at the same time centralized, clamorous, and spectacular production corresponds another production, called ‘consumption’.”

³⁶² “... the oral escapes and opposes. Voices and bodies express pleasure and pain. The oral occupies the spaces of experience and cultural memory: the spaces of everyday life. It lies outside and against the scriptural enterprise.”

edo inprentarekiko batere kontaktu edo ezagutzarik ez duen kulturei dagokie “‘Lehen mailakoa’ da egungo goi-teknologiadun kulturaren ‘bigarren mailako ahozketasunarekin’ alderatuta, non telefonoak, irratiak eta haien funtzionamendurako eta existentziarako idazketa eta inprentaren beharra duten beste gailu elektronikoek ahozketasun berri bati eusten dioten.”³⁶³ (Ong, 2002: 11). Zentzu horretan, gaur egun apenas existi daitekeen lehen mailako ahozketasunik munduan, ia kultura orok izan baitu idazketaren berri eta idatziaiekiko esperientziaren bat. Halere, Wongek argudiatuko du lehen mailako ahozketasunaren pentsamoldeak egungo komunikabideen ekosisteman ere irauten duela, kultura eta subkultura ezberdinetan. Argigarria da, zentzu berean, Joshua Meyrowitzek Robert Sacken *Lekua Testuinguru Bezala* lanaren iruzkinean³⁶⁴ eginiko oharra (Meyrowitz, 1990: 132):

(...) forma garbian ahozketasuna soilik existitu izan da. Idatzizko kulturak eta kultura elektronikoak hibridoak dira. Irakurtzen dakiten kulturek hitzegiten jarraitzen dute, eta kultura elektronikoek irakurri eta idazten jarraitzen dute. “Irakurketaren kultura” bati erreferentzia egitea, orduan, “gizarte industrializatua” bezalako laburdura erabiltzea da. Halako kontzeptuek ez dute hurrenez hurren iradokitzen hizkera edo nekazaritza desagertu direnik, soilik teknologia berri bat gizartearen eraldaketan egundoko papera jokatzen ari dela.³⁶⁵

Horrela hartuta, espazio hibridoa da komunikabideen espazio garaikidea: ahozketasuna testu idatziekin bizikidetzan dago, elkarreraginean, eta ikus-entzuleek ere idatzizko kulturaren eta ahozko kulturaren ezaugarriak agertzen dituzte, haien eguneroko jardunean. Interesgarria da Meyrowitzek proposatzen duen harreman ez-baztertzaila ahozko eta idatzizko kulturen artean (Meyrowitz, 2008), non idatzizko kultura batek ez duen ahozketasuna ukatzen, gizarte industrializatu batek nekazaritza ukatzen ez duen modu berean. Komunikabideen ekosisteman egun geroz eta argiago marraztuta ikusi dezakegun ezaugarri horrek ikerketarako aukera berriak zabaltzen ditu, ahozketasuna testu multimediekiko harremanen eta haien bizipenekiko atari bezala baliatu baitaiteke, elkarren artean zeresanik ez duten komunikazioaren agerpen isolatu eta funtsean bateragaitz bezala hartu beharrean.

³⁶³ “It is ‘primary’ by contrast with the ‘secondary orality’ of present-day high-technology culture, in which a new orality is sustained by telephone, radio, television, and other electronic devices that depend for their existence and functioning on writing and print.”

³⁶⁴ Ikus Komunikabideak eta Espazioa, 2. Atalean.

³⁶⁵ ... only orality has ever existed in pure form. Literate and electronic cultures are hybrids. Literate cultures continue to speak, and electronic cultures continue to speak and read and write. To refer to a “literate culture,” then, is to use a short-hand term analogous to “industrialized society.” Such concepts do not suggest that speech or agriculture have disappeared, respectively, only that a new technology is playing a major role in reshaping society.

Xede horri begira, telebistaren ikus-entzulerien ikerketan hainbat ahozketasunaren adiera identifikatu daitezke. Alde batetik telebistako testuaren eraikuntzan ahozketasunak duen garrantzia abiapuntu hartuta saioen eta generoen azterketa formala burutu da, dela hitza oinarrian duten saioetan ikus-entzuleriaren parte-hartzea aztertuz (S. M. Livingstone & Lunt, 1994), edo genero eta formato zehatzen³⁶⁶ ezaugarri eta bilakaera historikoa azaltze aldera (Askoren artean, 2000; Timberg, 2004). Telebistaren testuaren azterketa formal horiez gainera, ikus-entzuleen telebistaren inguruko hizketa ere ikergai izan da, guraso eta seme-alaben arteko elkarrizketetan (Huesmann, Eron, Klein, Brice, & Fischer, 1983), aurrez aurreko eta telebistako berbetaren arteko ezberdintasun eta antzekotasunen azterketan (Scannell, 1991), bezperako telenobelari buruzko emakumezkoen beharlekuko solasaldietan (Hobson, 1982) eta familia giroan sortzen diren telebistaren inguruko eztabaidetan (Goodman, 1983). Kasu horietan guztietan, ahozketasuna iker-objektu bezala hartu izan da, telebistaren ikus-entzulerien edo telebistaren izaeraren dimentsio behagarri bezala.

Bestalde, ahozketasuna ikus-entzuleriaren ikerketa etnografikorako tresna bezala hartu izan duen ikerketarik ere badago, non ahozketasuna helburu baino bitarteko bezala hartu den. Aipamena merezi du Jukka Kortti eta Tuuli Anna Mähönenen *Telebista Gogoratzuz: Komunikabideen Etnografia, Ahozko Historia eta Finlandiar Hirugarren Belaunaldiako Komunikabideen Historia* lanak (Kortti & Mähönen, 2009: 49-67). Artikuluan telebistak Finlandian izandako 50 urteko garapena (1957tik 2007ra) aztertzen da, hainbat finlandiarren ahozko kontakizunetik abiatuta. Hau da, telebistak belaunaldi ezberdinetako finlandiarren bizitzan izan duen papera aztertzen da, belaunaldion oroitzapenen bidez. Bestela esanda, telebistaren idatzizko espazioa ahozko lekukotzen bidez deskribatzen da. Irudi eta soinuen ekoizpen eta banaketarako teknologien berrikuntza eta garapenak ikertu beharrean, pertsona arruntek eguneroko bizitzan urteetan zehar teknologia horiekiko izandako harremanen kontakizuna bilatzen eta biltzen dute egileek. Ahozko kontakizunok idatziz jaso dira berauekin ikerketa etnografikoa burutzeko: “[i]datzizko oroitzapenak biltzeak, idazketa etnografikoak, Finlandiar historia eta folklore ikaskuntzetan tradizio luzea du”³⁶⁷ (Kortti & Mähönen, 2009: 49-67: 50). Horrek, ahozkoaren eta idatzizkoaren arteko banaketaz eta botere harremanetaz hausnartzea ahalbidetzez gainera³⁶⁸ arestian aipatutako testu multimediekiko harremanen eta haien bizipenekiko ikerketarako aukeren adibidea eskaintzen digu.

³⁶⁶ Elkarrizketa saio edo “talk show”—ak kasu.

³⁶⁷ “Collecting written reminiscences, ethnographic writing, has a long tradition in Finnish history and folklore studies.”

³⁶⁸ Izan ere, ahozkoa al da oraindik, ikerketa etnografikoa burutzeko idatziz transkribatua, gordea, aztertua eta argitaratutakoa? Bere espazio propioa gordetzen du, ala ikerketa akademikoaren idatzizko espazioan txertatzen da?

Kortti eta Mähönenen lanak Kultur Ikasketekiko hurbiltasun handia agertzen du, telebistaren erabilera sozialei, eta telebistak egunerokotasuna moldatzen dituen moduei buruz galdetzerakoan, telebista ekoizle eta erregulatzailen estrategietan baino ikus-entzuleen taktiketan sakonduz (Kortti & Mähönen, 2009: 51). Era berean, aurreko atalean jorratutako belaunaldien kontzeptuarekiko ardura ere agertzen du, telebistaren teknologien garapenarekiko (magnetoskopioak, kable eta satelite bidezko telebista...) esperientziei buruz ez ezik belaunaldien arteko harremanei buruz ere itaunduz adin-talde ezberdinei. Hala, parte-hartzaileei haien esperientziei buruz galdetzeaz gainera, haien guraso eta aitona-amonen telebistarekin lotutako esperientziei buruz ere galdetzen zaie (Kortti & Mähönen, 2009: 49-67: 56), eta jasotako kontakizunak Finlandiar telebistaren historiaren epe esanguratsuenetan kokatzen dira, bizipen subjektiboak aldagai objektiboekin alderatzeko (Ellis, 2000). Horrek, berriro ere, garapen teknologiko eta industrialaren eguneroko esanguran sakontzea ahalbidetzen die.

Kortti eta Mähönenen lanak zantzu metodologiko oparoak eskaintzen ditu telebistarekin lotutako esperientzien ikerketan ahozko eta idatzizko lekukotzak erabiltzerako orduan. Horrez gain, telebistaren izaerari buruzko gogoeta aberatsak aurkezten ditu, finlandiarren kontakizun subjektiboak abiapuntutzat hartuta. Telebistak Finlandian jasan dituen eraldaketa tekniko eta industrialak ikus-entzuleen eguneroko bizipenen arabera deskribatzerakoan haren kokapen sozial eta kulturala esploratzen du. Zentzu horretan, egungo komunikabideen ekosistema konplexu eta aldakorrean telebistak oraindik ere zentraltasuna gordetzen duela ondorioztatzen dute autoreek, Meyhowitzek ohartarazi bezala, aurreko belaunaldien aztura eta jarreraren arrastoak aurkituz belaunaldi berrien ulerkeretan:

...telebistak komunikabide sozial eta kultural izaten jarraitzen du ugaritasun eta oparotasunaren aroan. Telebistaren historian aldaketa teknologiko eta kultural anitz egon diren arren, telebistarekin lotutako ohituren ezaugarri nagusiek iraun egiten dute. (...) Telebistaren teknologiaren eboluzioak 'telebistaren erabilerak' aldarazi dituen arren, nahiko harrigarria da jende gehiena zeinen kontserbadorea den telebistaren inguruan.³⁶⁹ (Kortti & Mähönen, 2009: 49-67: 58).

Egun telebista kokatzen den komunikabideen ekosistema hibridoa da, ez solik plataforma, testu eta ikus-entzuleriaren elkarreraginaren konplexutasunagatik, baizik eta baita komunikabideekiko jarrera, uste eta ulerkerei dagokienez ere. Telebista ulertzeko moduak, harekiko harremanak eratze bideak, ez dira forma garbi eta bereiztuak, belaunaldi, aro eta

³⁶⁹ "... television remains a social and cultural medium in the era of availability and plenty. Despite the many technological and cultural changes in television's history, most of the main features of television habits remain. Although the evolution of television technology has changed the 'uses of television', it is rather surprising, how conservative most people are around the tube."

esperientzia arras ezberdinen arragoa baizik. Ikus-entzuleriaren ikerketa etnografikoak eta ahozko lekukotzen azterketak ikus-entzuleriaren errealitateak dimentsio anitzekoak, hibridoak, ezegonkorrak eta konplexuak direla erakusten digu.

Ondorengo orrialdeetan komunikabideen eta telebistaren ikus-entzuleriei buruzko ikerketan azken urteotan Europa mailan eginiko lana berrikusiko dugu, eremuak agertzen dituen ezaugarri esanguratsuenak azpimarratze aldera.

3.4. EUOPAR PANORAMA IKUS-ENTZULERIAREN IKERKETAN

Atal honen hasieran aipatu dugu bi ikuspegi ezberdinetatik abiatu izan dela ikus-entzulerien azterketa oro har: gizarte zientziei lotuago agertu diren metodo kuantitatiboetatik, eta humanitateetatik hurbilago koka daitezkeen metodo kualitatiboagoetatik. Ikus-entzuleek telebistarekin harremanean dituzten aisiazko esperientzien azterketarako ekarpenak identifikatzerako orduan, komeni da egun Europa mailan esparruak agertzen dituen aurrerapen eta moldeei heltzea.

Horretarako, *Transforming Audiences, Transforming Societies* COST³⁷⁰ ekintza aipatu beharra daukagu. Haren baitan bildutako 30 herrialdetako³⁷¹ 59 autoreren saiakera laburrek Europa mailako Ikus-entzuleriaren Ikerketaren egungo egoeraren panorama marrazteko saiakera aipagarriena osatzen dute, ekintzaren helburu nagusietarikoa baita eremuaren egungo egoera zatikatu eta anitzaren mapa lana burutzea. Lerro hauek idazterako unean ekimena ez dago amaituta, eta hutsune nabarmenak ditu, adibidez hizkuntza gutxitu eta estaturik gabeko nazioekiko³⁷², baina Ikus-entzuleriaren Ikaskuntzen eremuaren egungo egoeraren portreta adierazgarria eskaintzen du, alde teoriko, metodologiko eta instituzionaletik, eta lan honetan burutu nahi den Europar panoramaren berrikusketarako erreferentzia ekidiezina da.

Ez da hau herrialde guztien aipamenik egiteko lekua, baina lan honetarako esanguratsuenak diren kasuak ekarriko ditugu ondoren, berez ere anitza den ikerketa eremuaren Europar egoera anitzaren isla gisa. Bertatik, lan honen helburu eta esparrurako adierazgarriak diren zortzi kasu aukeratu ditugu: Frantzia, Espainia, Austria, Belgika, Suitza, Finlandia, Erresuma Batua eta Portugal, dela herrialde hauetan burututako ikerketa dagokigun gairako bereziki

³⁷⁰ European Cooperation in Science and Technology ekimenaren baitan kokatzen da IS0906 ekintza.

³⁷¹ Austria, Belgika, Bosnia eta Herzegovina, Bulgaria, Kroazia, Zipre, Txekiar Errepublika, Danimarka, Estonia, Suomi, Frantzia, Alemania, Hungaria, Israel, Irlanda, Italia, Lituania, Mazedonia, Herbehereak, Norvegia, Polonia, Portugal, Errumania, Serbia, Eslovenia, Espainia, Suedia, Suitza, Turkia, Erresuma Batua.

³⁷² Bilduman ez dago erreferentziarik Euskal Herriari edo euskal hiztunei buruz, adibidez.

interesgarriak delako, edo ikerlari bezala herrialde hauetako ekarpenekin harreman handiagoa izateko zortea izan dudalako. Amaitzeko, euskaraz ikus-entzuleriaren inguruan burututako ekimenen berri emango dugu, tesi honek esparru horretan baitu, izatekotan, lekua.

Hasteko, esan beharrekoa da ikerketa kuantitatibo eta kualitatiboaren arteko bereizketa gainditzeko eta bi hurbilketen tresnak eta ekarpenak uztartzeko saiakerak egin badira ere³⁷³, oro har bereizketa dela nagusi ikerketa esparruaren Europar panoraman.

Frantziar Estatuko telebistaren ikus-entzuleriaren inguruko teorien berrikusketan Mélanie Bourdaak (Bourdaa, 2011) honela kokatzen du bereizketa honen jatorria: "Komunikabideen ikus-entzulerietaz hitzegiten dugunean, dela irratia, egunkariak, telebistak, edo berriki Internet, gogora datorren lehenengo gauza audientziaren neurketa da. Komunikabide baten xede nagusia ahal duen beste jende erakartzea da enpresei iragarki tarteak saltzeko."³⁷⁴ (Bourdaa, 2011: 67). Ikuspegi horrek ikerketa kuantitatiboa bultzatu duela deritzo, Kultur Ikasketei lotutako hurbilketa kualitatiboagoak 90.eko hamarkadatik aurrera bakarrik agertzen hasi direlako frantziar Ikus-entzuleriaren Ikerketan (Deleu, 2006; Mehl, 1996; Pasquier, 1999). Frantziar soziologiak interes txikia agertu izan du komunikabideekiko, Britainiar tradizioarekin alderatuta, eta autorearen ustez hurbilketa kualitatiboek frantziar ikerketa eremuan sartzeko aurkitu duten erresistentzia alde batetik hizkuntzari lotutakoa izan da (Kultur Ikasketekin lotutako ekoizpen gehiena ingelesez baitago) eta, bestetik, goi eta behe kulturaren arteko bereizketan oinarritu izan da, telebista kulturarik gabekoen komunikabide bezala hartu izan delarik, merkatu-ikerketek gain zilegitasun eskaseko iker-objektu bezala (Mace, 1992).

Interesgarria da frantziar Ikus-entzuleriaren Ikerketan publikoen (publics) eta audientzien (audiences) artean bereizketa egiten dela kontuan izatea (Cardon, Licoppe, & Pasquier, 2011). Audientziak hurbilketa kuantitaboeekin eta audimetriarekin lotuta ikertu ohi diren artean (zenbat, nork, zer ikusten duen, nola jaso nola neurtu), publikoak Hartzearen Ikaskuntzen aldean kokatu ohi dira, gizarte nortasunarekin eta kultur-erabilerekin lotuta. Audientzien ikerketan Cecile Meadel (Meadel, 1998) eta Michel Souchonen (Souchon, 1992) lanak aipa daitezke, zeinek hurbilketa kuantitatiboen garapen historikoa eta hauen mugak azaltzen dituzten. Publikoen ikerketan, aldiz, Daniel Dayanek telebistaren ikus-entzuletzari buruzko

³⁷³ Ikus adibidez *Transforming Audiences, Transforming Societies* ekintzaren baitatik abiatutako *Metodo anitzeko ikus-entzuleriaren ikerketaren sinergia metodologiak esploratzen ekimena* (Exploring the methodological synergies of multimethod Audience Research) *Participations* aldizkari elektronikoan. <http://www.participations.org/cfp.htm>

³⁷⁴ "When we talk about media audiences, be it radio, newspapers, television or more recently the Internet, the first thing that comes to mind is audience measurement. The main purpose of a media is to attract as many people as they can in order to sell ad spaces to companies."

lana (Dayan, 2000) eta Pasquierren nerabeen hartze moduei eta telebistari lotutako esperientziei buruzkoa aipa genitzake (Pasquier, 1999), besteren artean.

Espainiar estatuari dagokionez ere, nolabaiteko mugaketa metodologikoa ematen dela esan dezakegu. Miguel Vicente-Mariñok (Vicente-Mariño, 2011: 140-144) hiru multzo handitan banatzen du eremuaren baitan - batez ere telebistaren inguruan- egindako lana. Lehenengo taldean ikus-entzuleriaren portaera ikuspegi komertzial eta instituzionaletik ikertzen duten lanak leudeke, TNSofres, Estudio General de Medios edo OJD bezalako elkarteen datuetan oinarrituta. Lan horietan helburua komunikabideen kontsumo eta esposizio denboren (ordutegi, egutegi...) neurketa litzateke, tradizio kuantitatiboaren "buru-kontaktetan" eta ikus-entzuleriaren iragarki tarteen merkatuko moneta izaeran bete-betean kokatuko liratekeelarik, batez ere komunikazio enpresen erabaki eta merkatu estrategien orientatzera zuzendurik. Vicente-Mariñok lan mota horien ekarpen akademikoen eskasia aipatzen du, eskura dauden lanak batez ere neurketa konpainien eta aholkularitza enpresen eskutik baitatoz, unibertsitateetatik baino.

Bigarren multzoan hartzearen ikerketan oinarritzen diren lanak kokatzen ditu autoreak, ikus-entzuleriarenganako hurbilketa, esposizio denboraren datu estatistikoan baino, norbanako eta taldeen esangura-eraikitze prozesuetan oinarritzen diren lanak alegia. Multzo horretan, biztanleria osoarengan baino talde txikiagoenganako hurbilketa kualitatiboak dira nagusi (haurrak, gazteak, adin nagusikoak, familiak...), eta hedabideekiko esposizioa baino, komunikabideen bitartekaritza lana dute muinean. Hirugarren multzoan Ikus-entzuleriaren Ikerketari berari buruzko hurbilketak leudeke, testu liburu eta hurbilketa metametodologikoak, ikus-entzuleriaren neurketa eta ezagutzarako teknika bildumak eta abar.

Oro har, beraz, eta beti ere Vicente-Marinoen banaketaren arabera, Espainiar Estatuko Ikus-entzuleriaren Ikerketan bereizketa argia agertzen da, batez ere komunikazio industriaren ikuspegitik eta industriaren etekinei begira egiten den ikerketa objektibistaren (Cáceres, 2001: 2011/11/24; Fedele & García-Muñoz, 2010: 48-65; Vaca Berdayes, 1997; Vicente-Mariño & Monclús, 2008) eta Hartzearen Ikaskuntzetara bideratutako ikerketa subjektibistagoen artean (Grandio, 2009). Hirugarren ekoizpen multzoak esparruaren inguruko argiketa metodologiko eta testu pedagogikoak hartuko lituzke barne (Callejo, 1995; Callejo, 2001). Martínez Nicolás-ek, bere aldetik, (Martínez Nicolás, 2009: 1-14) Espainiar Estatuan azken hamarkadan egindako ekarpen nagusiak kontsumoaren soziologia eta antropologiatik etorri direla aipatzen du, Ikus-entzuleriaren Ikaskuntzen diziplina artekotasuna azpimarratuz.

Diziplina anitzetatik edateko joera europako herrialde gehienetan erreplikatzen bada ere, Vicente-Maróñoren hiru multzotako banaketa, ez da inola ere hain argia. Ingrid Paus-Hasebrink, Elizabeth Klaus eta Birgit Starkek Austriar Ikus-entzuleriaren eta Hartzearen Ikaskuntzen eremuan komunikazio industriek bultzatutako ikerketa alde batera uzten dute, berariaz akademiko denari ekiteko (Klaus, Paus-Hasebrink, & Stark, 2011). Austriar akademian bi korronteak, kuantitatiboa eta kualitatiboa, ordezkaturik daudela diote, gazteenen komunikabideen erabileraren inguruan Vienako Gazteriaren Ikerketaren Austriar Institutuak eta Klagenfurteko unibertsitatean ekindako metodologia anitzeko hurbilketa konbinatuak (Paus-Hasebrink, 2005) azpimarratuz. Orotara, Austriako Ikus-entzuleriaren Ikerketaren tradizioa Europa osoan luzeenetarikoa da, 1930.eko hamarkadan kokatzen direlarik hastapenak. Edozelan ere, Paul Lazarsfelden *Wirtschaftspsychologische Forschungsstelle* institutuaren metodo anitzeko tradizioaren aldeko jarrera sumatzen bada ere, akademiaren alde kualitatiborako nolabaiteko joera egon badagoela aitortzen dute autoreek.

COST ekintzaren bilduma-gainbegiradan hizkuntza gutxituei buruzko berariazko planteamendurik ez dakarrela esan dugun arren, hizkuntza komunitateen perspektibatik bereziki interesgarria da Belgikaren eta Suitzaren kasua aztertzea. Belgikari dagokionez, Transforming Audiences, Transforming Societies ekintzan bi saiakera biltzen dira, bi belgiar hizkuntz komunitateei dagozkienak: Alexander Dhoesten *Ikus-entzuleriaren Ikerketa Flandrian (Ipar Belgikan)*³⁷⁵ (Markkanen & Nieminen, 2011) eta Geoffroy Patriarche, Marie Dufrasne eta Michel Hubert-en *Ikus-entzuleriaren Ikerketa Belgika Frankofonoan*³⁷⁶ (G. Patriarche, Dufrasne, & Hubert, 2011).

Nederlandera hiltzen Ikus-entzuleriaren Ikerketa Dhoestek zatikatua eta anitza bezala deskribatzen du, batez ere metodologia kuantitatiboei atxikia, eta eremuaren sorkuntza 1970.eko hamarkadan kokatuz, batez ere soziologia eta politika zientzien fakultateen inguruan. Flandriar Ikus-entzuleriaren Ikerketak holandar ikerketaren eragin handia agertzen du, hastapenak alemaniar tradizioko egunkarien irakurleriaren esparruan kokatu beharko liratekeelarik, baina 2000. urtetik aurrera hazkunde berezia eman da autorearen arabera, egun berariazko Ikus-entzuleriaren flandriar Ikaskuntzen diziplinaz hitzegin ezin bada ere, berariazko eremu bat identifikatzea posible delarik. Metodologia kuantitatiboekiko hautuak industriaren beharretara modu indartsuan lotuta daudela gehitzen du hemen ere ikerlariak, gobernuaren IBBT edo Banda Zabaleko Teknologien Institutuaren³⁷⁷ kasua aipatuz.

³⁷⁵ Audience Research in Flanders (North Belgium).

³⁷⁶ Audience Research in Francophone Belgium.

³⁷⁷ Institute for Broadband Technology.

Hala ere, bigarren korrante indartsu bat ere aipatzen da, gutxiengo etnikoek darabiltzaten komunikabideen irudikatze eta ohiturak ezagutzera zuzendutako ikerketa. Nortasun kulturalari dagokion ikerketak egin izan dira, adibidez, telebista publikoaren igorpenetan Flandriako burujabetza kulturalaren auzia aztertuz eduki analisitik (Dhoest, 2004; Van del Buck, 2001) eta ikus-entzuleriaren etxeko programazioarekiko atxikimendua aztertuz hainbat talde etnikoren artean (Biltereyst, 1991; Dhoest, 2009). Tradizionalki kultura aldetik homogeneoa izan bada ere, azken hamarkadetan kultura aniztasuna aitortzera behartua izan dela³⁷⁸ eta aitorpen hau ikerketa eremura ere zabaldu dela deritzo Dhoestek. Adibide bezala *Integrazioa edo nortasuna? Turkiar eta marokiar gazteen komunikabide menuak*³⁷⁹ (d’Haenens, van Summeren, Saeys, & Koeman, 2004) lana aipatzen du, non turkiar eta marokoar jatorriko gazteek Herbeheretan eta Flandrian dituzten lehentasun eta zaletasunak alderatzen diren, ikuspegi kuantitatibotik.

Alde kualitatiboago batetik, holanderazko komunikabideen hartzaile diren gutxiengo etnikoekiko hurbilketa gehiago ere egin izan direla aipatzen du autoreak, non flandriar erreferentzia Herbeheretan kokatzen den oraindik ere (de Bruin, 2005; Ogan, 2001). Flandriar eta Herbeheretako gutxiengo etnikoetako ikus-entzuleen azterketan ikuspegi kuantitatibo eta kualitatibotik egindako lanek etnizitatearen inguruko kategoriak berpentsatu beharra azaleratu du, ikerlariaren ustez: “Arriskua, beraz, ‘talde etnikoak’ kode elkarbanatuak dituen komunitate interpretibo bezala errazegi hartzean datza”³⁸⁰ (Markkanen & Nieminen, 2011: 12). Autorearen iritziz, talde etnikoez hitz egin eta ikertzea zilegi eta beharrezkoa da, baina kategoria gisa aurkezten dituzten mugez, eta betiere haien izaera iragazkor eta behin-behinekoaz erne ibilita.

Belgika frantses-hiztunean aldiz, hizkuntza eta etnia komunitateekiko baino, bestelako joerak antzematen dira. Aztertutako autoreek azken urteotan gailendu izan diren sei joera nagusi identifikatzen dituzte:

1. Hartzearen teoria, berau esperientzia pertsonal eta fenomeno sozio-politiko gisa ulertuta: Christine Servais-en komunikabideen eta kulturaren hartzearekiko hurbilketa estetiko adibidez (Servais, 2004); komunikabide berriak eta ikus-entzuleria irudikatuak, nola ulertu ikus-entzuleriak komunikabide sistema ezberdinetatik ekosistema digital berrian, Fastrez, Campion eta Collard-en lanean kasu (Fastrez, Campion, & Collard, 2009)

³⁷⁸ Ikus adibidez holanderazko “allochton”(kanpoan jaioa) eta “autochton”(bertan jaioa) berben arteko eztabaida.

³⁷⁹ Integratie of intentiteit? Mediamenu’s van turkse en marokkaanse jongeren.

³⁸⁰ “The risk, then, is that ‘ethnic groups’ are too easily seen as interpretive communities with shared codes.”

2. Gazteak eta komunikabide berriak: Europar Batzordeak diruz babestutako Mediapro-ren *Gazteriaren komunikabide berrien jabetzea*³⁸¹ (De Smedt et al., 2006), eta jabetzearen soziologian oinarritutako *Nerabeak eta IKTak: Arriskuak eta Aukerak* (Lobet-Maris & Gallez, 2006) bezalako lanak kasu.
3. Ikus-entzuleria mugikorak, hau da, mugimenduan burutzen diren komunikabideen erabilerak Brusela inguruan eguneroko joan-etorriak burutzen dituzten gazteen³⁸² (G. Patriarche, Hubert, Montulet, & Berzin, 2009) eta belgiarren eguneroko mugikortasunaren inguruko ikerketa estatistikoak.
4. Komunikabide berrien eragin kognitiboak: jakintza eskuratzeko prozesuetan komunikabide ez-linearrek duten eraginari buruzko saioak, Campion (Campion, 2009) eta Fastrezen (Fastrez, 2005) lanetan adibidez.
5. Erabiltzailea informazio kudeatzaile bezala: informazioaren katalogazio eta etiketatze lanetan diharduten pertsona eta prozesuei buruz ardura hartuta, Lejeune-en indexazio praktiken erantzuleekiko ikerketa etnografikoak kasu (Lejeune, 2008)
6. E-gobernua eta e-demokrazia (Administrazioaren eta hiritarren arteko harremanetan komunikabideek eta IKTek aurkezten dituzten aukerak eta paradigma aldaketak ikertuz, Breindl eta Francq-en (Breindl & Francq, 2008) 2.0 web aplikazioen demokrazia elektronikorako ahalmenen iruzkin kritikoan bezala).

Oro har, Flandrian etnia ezberdinekiko hurbilketa metodologiko eta epistemologikoak gailentzen baziren, Valonian nerabe eta gazteekiko eta teknologia berrien agerpen eta erabilerekiko ardura nagusitzen dela esan dezakegu. Hurbilketa kualitatibo zein kuantitatiboak erabiltzen dira, baina uztarketa esanguratsurik erdietsi gabe oraino.

Hizkuntza-komunitate ezberdinek orokorrean komunikabideekiko, eta bereziki telebistarekiko dituzten harremanei erreparatzen dien beste herrialde bat Suitza da. Luganoko unibertsitateko Marta Colak jasotzen duen lege (Cola, 2011), Suitzak hiru hizkuntza ofizial (alemaniera, frantsesa eta italiera) eta laugarren hizkuntza gutxitu bat ditu (erromantxea)³⁸³. Hizkuntza komunitate bakoitzak komunikabideekiko portaera eta harreman berezituak agertzen ditu, sarri Suitzaz kanpoko komunikabideekin lotuta. Hiru hizkuntza ofizialen kasuan Italia, Alemania eta Frantziako telebista publiko zein pribatuen kontsumoa gailentzen delarik, herrialdekoez gain (Richeri, 2005). Suitzar ikus-entzuleek, gainera, haien hizkuntz komunitatetik kanpoko telebista edukiak kontsumitzeko oso joera txikia agertzen dute (Calvo, 2011; Kriesi, Wernli, Sciarini, & Gianni, 1996), nortasun kolektiboak batez ere hizkuntz komunitatearen baitan eraikitzen direlarik. Testuinguru horretan, Ikus-entzuleriaren Ikerketa

³⁸¹ The Appropriation of New Media by Youth.

³⁸² 25-35 urte arteko gazteak, kasu honetan.

³⁸³ Alemaniera biztanleriaren %63,7ak hitzegiten du, frantsesa %20,4ak, italiera %6,4ak eta erromantxea %0,5ak. (Cola, 2011: 160).

ere zatikatuta ageri da egilearen ustez, hizkuntza-komunitate bakoitzeko unibertsitate eta fakultateetan, eta batez ere etorkin komunitateekiko interes berria, gazteen komunikabide erabilerekiko ardura eta IKT teknologia berrien (batez ere eskuko telefonoen eta interneten agerrerrak sortutako eraldaketak ardatz harturik) azterketa gailendu dira azken urteetan. Ikus-entzuleriaren Ikaskuntzak modu berezitan, edo Komunikazio Ikaskuntzen baitan hiru hizkuntz komunitate nagusietan asko ugaritu diren arren, erromintxelaz ez da aipatzen ikerketarik.

Ikus-entzuleriaren Ikerketan hizkuntzari garrantzia berezia ematen dion beste herrialde bat Finlandia da, lehenago aipatu bezala bai maila idatzian eta baita ahozkoan ere. Markkanen eta Nieminenen arabera 90.eko hamarkada ezkerro hasten da ikus-entzuleriaren azterketa rating-en “buru-kontaketa” gainditu –hau ere jorratzen jarraitu zuen arren- eta ikus-entzuleriaren parte-hartzeaz arduratzen (Markkanen & Nieminen, 2011), batez ere Yleisradio (YLE) finlandiar irrati telebista publikoaren inguruan. Gastu publikoaren murrizketen ondorioz, ikerketa horiek 2005ean amaiera aurkitu zuten, finlandiar irrati telebistak “Ikus-entzuleriaren Ikaskuntzak” saila itxi ostean. Ordutik, komunikabide publikoaren ikerketa barne kontsumorako eta merkatura begirako estrategia bideratzera zuzendu da erabat. Hala ere, komunikabideen ekosistema berriak nolabaiteko berpizkundea sortu duela deritzote Markkanen eta Nieminenek, batez ere kazetaritza eta prentsa idatziaren arloan azken urteotan joera berri garrantzitsuak agertu direla azpimarratuz, hala nola *Helsingin Sanomat* Fundazioak babestutako kazetaritza eta irakurleriaren atxikimendua uztartzen dituen ikerketa proiektua (Nikunen & Vehmas, 2009-2011).

Egunkariak soilik ez, baina komunikabideen ekosistema digitala bere osoan du aztergai Amelia Byrne eta Minna Aslamak bidean duten ikerketak etnografikoak³⁸⁴. Autoreek, Finlandia, India eta Ameriketako Estatu Batuetako egunerokotasun digitalak aztertu dituzte parte-hartzaileen lineako egunerokoen bidez bideratutako azterketetan (Byrne & Aslama, 2012). Proiektua ikus-entzuleen bizipen eta deskribapen idatzian oinarritzen da, komunikazioaren teknologiek hiru herrialdeetako biztanleengan duen papera eta zentzua ulertzeko asmoz. Telebistari espezifikoari erreparatuta, antzerako abiapuntua, baina idatzia beharrean ahozko kontakizuna oinarri ageri du aurretik ere aipatu dugun *Telebista Gogoratuz: Komunikabideen Etnografia, Ahozko Historia eta Hirugarren Belaunaldiko Komunikabideen Finlandiar Historia*³⁸⁵ lanak (Kortti & Mähönen, 2009: 49-67). Bertan, azken 50 urteetan finlandiar biztanleriak telebistarekiko bizitako egunerokotasuna aztertzen da, telebistaren esperientziaren kontakizuna, 1957ko lehen emisioetatik egungo kable eta

³⁸⁴ Aslamak *Digital Live!* doktoratu ondorengo ikerketarekin batera burutuko du Byrne-ek *Digital Time* film dokumentala. Ikus <http://digitaliving.wordpress.com> webgunea proiektu bikoitzaren deskribapen osoago batetarako.

³⁸⁵ *Reminiscing Television : Media Ethnography, Oral History and Finnish Third Generation Media History*.

satelite bidezko telebista digitaletara artekoak. Ibilbide interesgarria aurkezten du, oso, iker-objektu bezala telebistak eguneroko ondasun (material eta sinboliko) bezala jokatzeko dituen paperak, eta finlandiarren mundu-ikuskeran eta hartueman sozialetan dituen eraginak harturik (Kortti & Mähönen, 2009: 50).

Ridell-ek ere, komunikabideen ekosistema digitalak ikus-entzuleriaren eta komunikabide ezberdinen arteko harremanaren inguruko interesaren berpizkundea sumatzen du finlandiar eremuan (Ridell, 2011a). Hala, pentsalariaren arabera, egun finlandiar Ikus-entzuleriaren Ikaskuntzetan ez da izen hori aipatzen, aldiz zaleak, herri kazetaritza, komunikabideen eduki eta euskarrien kontsumoa, web oinarritutako komunikabide sozialak, erabiltzaileen interfazeak eta jolas digitalak dabilta ikerlarien aho eta teklaturat. Autoreak dioen bezala, “orain batean ‘ikus-entzuleria’ alde guztietan dagoela dirudi”³⁸⁶ (Ridell, 2011a: 61). Bestela esanda, egungo finlandiar Ikus-entzuleriaren Ikaskuntzak ikus-entzuletzaren nozioa bera berdefinitzen saiatzen ari dira komunikabideen ekosistema aldakorrera.

Ikus-entzuleriaren Ikaskuntzetan ez ezik ikus-entzuletzaren ikerketan bereziki tradizio indartsua duen herrialdea da Erresuma Batua³⁸⁷. Livingstone eta abarren arabera (S. Livingstone et al., 2011) britainiar eremua bi ikerketa guneren arteko talkak definitu izan du denbora luzez: Stuart Hallen *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies* alde batean eta James Halloranen Leicester-go *Centre for Mass Communication Research* institutua bestean. Finean, halere, bi eskolen arteko liskarrez gain, eta ratingen eta ikus-entzuleriaren kontaketa kuantitatiboaz haratago, britainiar tradizioan eguneroko mikro-taktiken, berjabetzeen, aurkako jarioaren, globalizazioaren eta komunikabideen boterearekiko erresistentzia gailendu direla uste dute autoreek, eta horiek bihurtu direla eremuaren aldaera britainiarraren ezaugarri (S. Livingstone et al., 2011: 175). Buru-kontaktetan oinarritutakoa baino, ikus-entzuleen hartzearen teoria kritikoa indartu da, orokorrean, eta ezinbestean, ikus-entzuletzaren berrasmaketa etengabea eta askotarikoa izan da azken urteetan (S. Livingstone, 2004; Rauch, 2007; van Dijck, 2009).

Aukera metodologikoei dagokienean, eremuaren diziplina arteko izaera geroz eta handiagoa dela azpimarratzen dute egileek, ikus-entzuletzaren nozioa ere komunikabide eta kontsumo eta parte-hartze modu berrietara zabaltzen den artean. Buckingham eta Willett-ek ere inguru transmediatikoetan ikus-entzuleriaren azterketak erronka metodologiko garrantzitsuak dituela gogoratuko dute, zentzu berean (Buckingham & Willett, 2009). Westminsterreko unibertsitateko David Gauntlettek ere metodologia berritzaileen aldeko apustua egiten daramatza azken urteak, ikus-entzuleek komunikabideekin dituzten harreman eta

³⁸⁶ “... now ‘the audience’ suddenly seems to be everywhere.”

³⁸⁷ Ikus bestela lan honetan britainiar jatorriko ikerlari eta pentsalariak duten pisua.

esperientziak hobeto ulertze aldera, batez ere sorkuntza eta ikusmena barne hartzen dituzten teknika partehartzaileak proposatuz *Esploratze Sortzaileak: Nortasun eta Ikus-entzuleriekiko Hurbilketa Berriak*³⁸⁸ liburuan (Gauntlett, 2007) besteren artean. Oro har, esan daiteke Erresuma Batuko ikerketa berrienak oraindik ere metodologia kualitatiboagoen aldeko joera agertzen duela, eta ikus-entzuletzaren berdefinizioan lidergoa duela oraindik ere Europar panoraman.

Azkenik, ezin Portugal aipatu gabe utzi. Komunikazioaren Ikaskuntzen baitan Ikus-entzuleriaren Ikerketak presentzia eskasa duela iritzi arren (Ponte & Jorge, 2011: 118), azken hamarkadan garapen ikusgarria izan dute komunikabideen hartzeari eta ikus-entzuletzari buruzko ikerketek. Aipagarria da, adibidez, Komunikabideen Ekosistemaren izaeraren inguruan Cardoso, Lima eta Vierak egindako hausnarketa, non “Saretutako Komunikazioa”³⁸⁹ (Cardoso, Lima, & vieira, 2011: 113-114) kontzeptua proposatzen duten, pirateria bezalako ikus-entzuletzarako bide berriak esploratuz. Gustavo Cardosoren ustez, paradigma aldaketen segida batek zabaltu dio bidea egun telebista kokatzen den Komunikabideen Ekosistemari: aurrez aurreko komunikazioa lehenengo, baten eta askoren arteko komunikazioa bigarren, masa komunikazioa hirugarren, eta egungo Komunikazio Saretua laugarren (Cardoso, 2008), non eragile anitzek kokaleku anitzak hartzen dituzten elkarerraginean.

Bestalde, Portugaleko ekoizpena bereziki emankorra izan da belaunaldi eta adin-taldeetan oinarritutako Ikus-entzuleriaren Ikerketari dagokionez (Almeida & Delicado, 2008; Cardoso et al., 2011; Ponte, 2010). Eskuko telefonoen bidezko telebistarako hurbilketa teoriko berriak direla (Pato, 2011) edo telenobelen ekoizpen eta harrera modu ezberdinei buruzko lanetan (Costa, 2002), azken hamarkadan ikerlari portugaldarrak punta-puntako lanak burutzen ari dira komunikabideen eraldaketa teknologiko eta sozialen eta ikus-entzuletzaren inguruko proposamen kontzeptualen inguruan. Brasilgo ikerketarekin batera, portugaleraz egindako Ikus-entzuleriaren Ikerketak osasun ona duela esateko moduan gaude.

Zortzi kasuok Europar panoramaren aniztasunaren isla argia dira: herrialde bakoitzean (eta bakoitzaren baitan) eremuak garapen arras ezberdinak izan ditu historian, berrikusi diren lanek agerian uzten duten bezala. Komunikabideen ekosistemaren garapen teknologiko eta sozialak, gainera, eremuaren aplikazioak zabaltu ditu, abiapuntu teoriko eta metodologikoak biderkatuz. Egoera horretan kokatuta, ondoren, kasuan kasuzko azterketa baino, Europar panorama osoaren sintesia aurkeztuko dugu, beronen gako eta ardatz nagusiak azpimarratuz.

³⁸⁸ Creative Explorations: New Approaches to Identities and Audiences.

³⁸⁹ “Networked Communication.”

3.4.1. EUOPAR PANORAMA SINTESIAN.

Esan bezala, Ikus-entzuleriaren Ikerketaren Europar panoramak egoera zatikatua, anitza eta heterogeneoa aurkezten du egun, herrialdeen artean hainbat lehentasun, hautu metodologiko eta eragileen arteko elkarrekintza ikus daitezkeelarik. Aurreko atalera ekarritako kasuak eremuaren mosaiko izaeraren adibide argia dira. Hala ere, merezi du Europar panoramaren sintesi modura joera nagusiak identifikatu eta mugarri esanguratsuak marraztea.

Geoffroy Patriarchek Aaltoko Unibertsitatean burututako Finlandiar *Ikus-entzuleriatik erabiltzaileetara eta haraindi*³⁹⁰ kongresuan azaldu bezala, Europar Ikus-entzuleriaren Ikerketaren egungo egoeraren ezaugarri nagusia ikuspegi aniztasuna da: gizarte zientziak eta humanitateak, ikerketa kuantitatiboa eta ikerketa kuantitatiboa, komunikabideen eraginen ikerketa, komunikabideen psikologia, Kultur Ikasketak... (G. Patriarche, 2011). Gainera, eremura egindako ekarpenak komunikabideen ekosisteman modu anitzean kokatutako eragileengandik datoz, esparru akademikoaz gaindi: merkatu ikerketak burutzen dituzten enpresak, erakunde arautzaileak, ikus-entzuleen elkarteak, hezkuntza-erakundeak, administrazio publikoak... Europakoa bezalako komunikazio sistema konplexu eta elkarreraginkor batean, Ikus-entzunezko Ikerketaren eremua ezinbestean da alde batetik zatikatua, konplexua eta bere baitan interes kontraesankorrak biltzen dituen, eta, bestetik, bizia, kementsua eta askotarikoa.

Oro har, Europar Ikus-entzuleriaren Ikerketak iker-objektuekiko zabaltzea bizi izan du azken hamarkadan, egun ikus-entzuleriaren hainbat talderi zuzentzen diolarik arreta: haurrak eta gazteak, etorkinak eta gutxiengo etnikoak, zaleak, emakumezkoak... Gaiei dagokienez ere, dibertsifikazio nabarmena atzeman daiteke: komunikabideen harrera modu berriak, komunikabide berriak eta gizarte harremanak, komunikazio erakundeen eraldaketak, komunikazioa, esfera publikoa eta demokrazia... Finean, komunikabideek gizartean duten eragin hazkor eta sarkorraren aurrean Ikus-entzuleriaren Ikerketa erronka berriei aurre egiten hasi da, ikus-entzuletzaren ulermena berrikuntza teknologiko eta eraldaketa sozialek abiatutako komunikazioaren erregimen berrien errealitatera egokitu nahirik (G. Patriarche, 2011: 9-10). Zentzu horretan, interesgarriak dira azken hamarkadan ikus-entzuleria diskurtsibitatearen eremu bezala (Carpentier, 2004), ikus-entzuleria eremuarte³⁹¹ bezala eta

³⁹⁰ From audience to users and beyond.

³⁹¹ Interfield. Ikus adibidez Martijn van Bovenen lana (van Bovenen, 2007).

ikus-entzuleria konpromisorako aukera bezala (Pietilä & Ridell, 2008: 2011/12/16; van Dijck, 2009: 41-58) definitzeko saiakerak.

Transforming Audiences, Transforming Societies COST ekintzara itzulita, ekimenaren zuzendaritza taldeak aitortzen du zaila dela Europar Ikus-entzuleriaren Ikerketaz hitz egitea, eremua errealitate nazionaletan zatikatuegi agertzen delako (Bilandzic et al., 2011). Hartara, zenbait tradizioen eragin sarkorra aitortzen den arren (Britainiar Kultur Ikasketena kasu), bi plano bereizten dituzte eremuaren baitan: nazioartekoa eta estatuen baitakoa, sarri haien artean kontaktu eta elkarreragin txikia dagoenaz ohartaraziz. Herrialde ezberdinetan tradizio metodologiko eta korrante ezberdinen eraginak agerikoak direla ondorioztatzen dute, herrialdeen baitan ere bestelako joerak ematen direla aitortu arren:

6. TAULA: NAGUSITASUN HISTORIKOA ETA METODOLOGIKOA HERRIALDE EZBERDINETAN.

Kuantitatiboa	Kualitatiboa	Oreakua
Italia, Kroazia, Herbehereak, Espainia, Bulgaria Alemania	Erresuma Batua, Danimarka, Portugal	Austria, Norvegia, Suedia, Estonia, Flandria (Belgika)

Iturria: norberak moldatua (Bilandzic et al., 2011)

Ikerlarien ustez, Europar Ikus-entzuleriaren Ikerketaren garapenean estatu mailako faktoreek eragin zuzena izan dute, herrialde ezberdinen testuinguruak ekarpenak taxutzerako orduan: hizkuntza gertutasuna bestelako herrialdeetako ikerketarekin, aldaketa soziodemografikoak, nazio-eraikuntza prozesuak, ikerketaren bultzada (edo bultzada falta) administrazio publikoaren aldetik, goi mailako hezkuntzako sektoreen jarrera Komunikazioaren Ikaskuntzei dagokienean, eta nazioarteko ikerketa sare eta proiektuetan herrialdeetako ikerlariak izan duten partehartzea, adibidez.

Ikerketa jorratzen duten guneei buruz, hiru esparru argi bereizten dituzte, Patriarchek azpimarratutako eragile-aniztasunarekin bat eginez: erakunde akademikoak (geroz eta gehiago nazioarteko proiektuetan partehartzen ari direnak), erakunde komertzialak (audientziaren neurketaren arduradun neurri handi batean, iragarkien merkaturako moneta funtzioan) eta komunikabideak eurak (komunikabide publikoen kasuan herrialde batzuetan lan handia egin dutenak bai arlo kuantitatiboan zein kualitatiboan, ikus-entzuleriak aztertzeko). Europar herrialde askotan aipatzen da esparruen arteko elkarlanerako aukera, baina salbuespenak salbuespen (Valonia Belgikan, edo Finlandiaren kasuak adibidez), ikerketa akademikoaren eta ikerketa aplikatuaren arteko harremana, oro har, eskasa da. Unibertsitateen, komunikazio industrien eta administrazio publikoaren arteko elkarlanerako

aukerak zabalak diren arren, errealitateak bestelako argazkia erakusten digu: lankidetza salbuespena da, ez araua.

Aldiz, diziplinartekotasunari dagokionez, aurrerapausu nabarmenak aurkitzen dituzte egileek Europar Ikus-entzuleriaren Ikerketan. Hala, hurbilketa sozial eta kulturalak ingeniari eta informatika bezalako diziplinekin uztartzeko saiakerak geroz eta ohikoagoak dira hiru guneetan, tresna informatiko eta elektroniko berrien aukerez baliatuz, batez ere hurbilketa kuantitatiboen bidez ikus-entzulerien segimendu geroz eta zehatzagoa eta gaurkotua bideratzeko. Ez hori bakarrik, teknologia berriak ikerketan txertatzeaz gain diziplina anitzeko hurbilketak ugaritzen ari direla deritzote: “Garapen teknologikoak jazoarazitako Ikus-entzuleriaren Ikerketaren hedapenaz haratago, ikus-entzuleriaren ikerlariak sarritan beren beregi sortutako hurbilketak hartzen dituzte diziplina anitzeko azterketa soziologiko eta kulturalak azpimarratuz.”³⁹² (Bilandzic et al., 2011: 185). Hala, antropologia, etnografia, gizarte psikologia, soziologia, semiotika edota Kultur Ikasketak bezalako eremuak geroz eta barneratuago agertzen dira, Ikus-entzuleriaren Ikerketaren baitan.

Egungo ikerketan lantzen ari diren gai nagusiei erreparatuta, berriz, COST ekintzaren baitan jasotako saiakeretan ehunka proposamen eta hurbilketa ezberdin biltzen dira. Esanguratsuenak aipatzearren, honako hauek ekarri daitezke gogora: Ikus-entzulerien teoria, umeak eta alfabetatze mediatikoa, komunikabideak eta ikaskuntza, gutxiengoak, etorkinak, diasporak, generoa, telebista eta ikus-entzuleria aktiboa, interneteko erabiltzaile/parte-hartzaileak, ikus-entzuleria digitalak, ingurune transmediatikoak eta erabiltzaileak, eskuzko telefonoak eta komunikabideak, komunikabideen bitartekaritza gizarte harremanetan, ikus-entzuleria eta hiritargoa, testuak eta generoak, zaleak, komunikazio erakundeen eraldaketak, Informazio eta Komunikazio Teknologia berriak, ikus-entzuleriaren jokabide eta irakurketen nazioarteko alderaketa. Komunikabideak gizarte mailan presentzia geroz eta handiagoa hartzen doazen neurrian, ikerketarako aukerak eta galderak ere ugaltzen doaz. Ikergaien kopuru eta aniztasunari erreparatuta, eremuak asko du oraindik ere esateko.

Europar panoramaren berrikusketa arin eta ezinbestez amaitu gabeko honek eremuaren zatikatzea eta bateratasun falta agerian uzten du, baina baita ekimenen aniztasuna eta eremuaren bizitasuna ere. Hala ere, aipagarria da Europar Ikus-entzuleriaren Ikerketaren inguruan jasotako 59 saiakera ezberdinen artean ez dagoela erreferentzia bakar bat ere euskaraz egindako ekarpenetara. Lehen gainbegiraturik bukatuta, eta gabezia horri

³⁹² “Beyond the extensions of Audience Research occasioned by technological developments, audience researchers often adopt a made to measure approach emphasising multidisciplinary sociological and cultural analysis.”

erantzuteko asmoz, eremuaren baitan euskaraz egindako ekarpenak gogoraraziko ditugu ondoren.

3.4.2. EUSKARAZKO EKARPENAK IKUS-ENTZULERIAREN IKASKUNTZETARA.

Ikus-entzuleriaren Ikerketaren Europako egoera laburbildu ostean, behar-beharrezkoa da, labur bada ere, euskaraz eremu honetara egindako ekarpenak gogoraraztea. Horretarako, ikus-entzuleriaren eta ikus-entzuletzaren kontzeptuen ingurura ekarpenak egin dituzten lanak hartu ditugu, zentzu hertsian telebistaren ikus-entzuleriaren inguruko ikerketak hartu beharrean. Arrazoi bi daude horretarako: lehenengo eta behin, aurreko orrialdeetan aztertutako hizkuntzen aldean, gaiaren inguruan ez dela asko ikertu euskaraz. Eta bigarren, proposatzen dugun ikus-entzuleriaren kontzeptuak asko duela ikasteko diziplina ezberdinetatik burutu diren ekimen hauetatik. Aurretiaz audientzia, publiko eta ikus-entzuleriari buruzko definizio proposamena landu dugun arren, begibistakoa da euskarazko Ikus-entzuleriaren Ikerketa guztiak ez duela definizio bera hartu abiapuntutzat. Hala, kasu bakoitzean egindako hautu terminologikoak mahaigaineratzeak kontzeptuak argitzen eta lan honen asmoei begira horien erabilera zehazten lagun diezagukeelakoan nago.

Gainbegiratuarekin hasteko, euskarazko Komunikazioaren Ikerketan aitzindaria den Iñaki Zabaletaren *Komunikazioaren ikerkuntzarako metodologia: metodo enpirikoak eta interpretatzaileak* lana aipatu beharra dago. Bertan Zabaletak audientzia berba erabiltzen du komunikabideen hartzaileez hitzegiterakoan, bai komunikabidearekiko esposizioaren zentzuan eta baita komunikabidearekiko harremanak dituzten pertsonen multzo irudikatuarenean ere (lehen adiera gailentzen den arren): “Tan metodologoak dio, masa-komunikazioaren ikerkuntzaren zeregin nagusia masa-komunikabideak berak, beren mezuak, beren audientziak eta beren efektuak ikertzea dela” (Zabaleta Urkiola, 1997: 23). Hala, “audientzia gehien” eta “audientzia kopuru” handienaz mintzo da, adibidez 1997: 113). Ikus-entzule berba ere badarabil, baina audientzia neurgarriaren zentzuan, hori ere: “Irrati edo telebista aurrean ordu asko ematen dituzten pertsonak deitzen ditugu *ikus-entzule trinkoak*.” (1997: 186).

Hori hala bada ere, Zabaletak Ikus-entzuleriaren Ikerketaren metodologian hurbilketa kualitatiboari garrantzi berezia ematen dio, eduki analisisa ez ezik, “Metodo kualitatibo-interpretatzaileak” ere jorratuz berriazko atal batean, interpretazioari tartea emanez, ez soilik laginketan oinarritutako orokortze kuantitatiboari. Zabaletaren lana, Jose Inazio Basterretxeak Uztaro aldizkarian egindako aipamenean esan bezala, “edozein ikerlariren mahai gainean, eskuragarri” (Basterretxea Polo, 1998: 104) izateko moduko testu liburua da,

eta, gaineratuko nuke, baita ikus-entzuleriak euskaraz ikertzeko orduan erreferentzia metodologiko ukaezina ere. Teoria errotuaren metodologia³⁹³ eta eztabaida-taldean metodoa azaltzeko parada hartzean, lan aitzindari bezala kokatzen da euskarazko Ikus-entzuleriaren Ikerketan.

Komunikabideen ekosistemari osotasunean heltzen dion euskarazko lan garrantzitsua da, halaber, 2000. urtean NOR ikerketa-taldeak argitaratutako *Hedabideak eta Euskal Herria* lana (Amezaga Albizu et al., 2000). Bertan, komunikabideen (hedabideen, egileen hitzetan) eta nazio-nortasunen arteko harremanaren aldaera anitzak jorratzen dituzte egileek, gutasunaren eraikuntza anitzetan prentsa idatziak, telebistak eta irratiak Hego eta Ipar Euskal Herrian jokatzeko duten papera aztertuz. Edorta Aranak audientzia berba hobesten du Hego Euskal Herriko komunikabideen hartzailerak izendatzeko, direla idatzizkoak, entzunezkoak ala ikus-entzunezkoak “Atal honetan bertan audientzia, publiko eta ikus-entzuleriari buruzko definizio proposamena burutu dugun arren” (Arana Arrieta, 2000: 19). Telebistari dagokionez, ikus-entzuleria audientziaren sinonimotzat hartzen du, honen ezaugarri objektibo eta neugarriak deskribatzerako orduan: “Euskarazko telebista-kanalaren ikus-entzulerian berdintsu aurki daitezke gizon eta emakumeak” (2000: 33).

Ipar Euskal Herriaren kasuan, Pascal Ricaudek entzuleria terminoa erabiltzen du irratiari dagokionean: “Nolanahi dela, 1995eko abenduan entzuleria-tasaren errekor 'historikoa' lortu zuen, %70eko entzuleria-tasarekin.” audientzia berbaren sinonimo bezala “Baionako *Radio Bonne Humeur* (%1,7ko audientzia)” (Ricaud, 2000: 49). Prentsa idatziaren hartzailerak irudikatuari aldiz irakurlego deritzo “Hala ere, Frantziako *Sud-Ouesten* irakurlegoaren gehiengoaren adina 40 eta 60 urte bitartekoa da” (: 43), kasu honetan ere objektiboki deskriba daitekeen pertsona multzo zenbakarri modura harturik.

Euskal Herriaren irudia prentsan eta telebistan kapituluari Amezaga eta Aranak audientziaren moneta izaera aipatzen dute, iragarkiekin merkatuaren etekin ekonomikoekin lotuta: “Epe laburreko etekin ekonomikoa, merkatu-zatirik handiena lortzea eta arrakastaren neurgailu bakar gisa audientzia edo ikus-entzuleen kopurua erabiltzea, horiek izan dira aro berriaren ñabardurak.” (Amezaga Albizu & Arana Arrieta, 2000: 123). Audientzia, berriro ere, ikus-entzule kopurua bezala ulertzen dute nagusiki bi egileek. Azkenik, Jose Inazio Basterretxeak lurraldetasuna hartzen du ikergai, Euskal Herriko Komunikabide Ekosisteman hartzen dituen errepresentazio eta tankerei erreparatuz, gizarte eraikuntza bezala. Hemen ere audientzia berba darabil egileak, baina subjektuaren lekua egokitzen dio, irakurle, hezur-haragizko norbanako eginez prentsa idatziaren kasuan, masa lauso samar aldiz, ikus-entzunezko testuei dagokienean: “... nola prentsaren irakurleak hala ikus-entzunezkoen

³⁹³ Grounded theory.

audientziak, egunero-egunero, ia konturatu gabe, begien aurrean du, presente, errealitate politikoaren mapa sinbolikoa” (Basterretxea Polo, 2000: 158). Ikusle-irakurleak “irrikitan” marrazten ditu autoreak, motibazio, itxaropen eta iritziz beterik. Audientzia, aldiz, komunikabideen estrategia politiko-territorialen lekukoa baino ez da, ezarian berauek barneratzen dituen. Audientzia berbak, kasu horretan, idazteko boterea eta pribilegioa dutenen mezua jasotzen duena esan nahi du berriro ere, ahotsik izatekotan audimetriak kalkulatzeko dion pisua baino ez duena.

Liburua bikaina da alde askotatik, eta lurraldetasunaren auziak komunikabideen jardunean duen zeresana, eta alderantziz, komunikabideek lurraldetasunaren aferan duten erantzunkizuna argi azaltzen ditu ikuspegi ezberdin eta osagarrietatik. Hala ere, oro har, ikus-entzuleriaren ulerkerak objektibista-kuantitatiboari atxikita ageri dira ikus-entzuletzaren ageripideak ataletan, eta, gure iritziz, ikus-entzuleen ahotsari eta subjektu bezala elkarren arteko eta komunikabideekiko hartuemanen bizi dituzten esperientzien kontakizunei tarte bat uztea faltako litzaioke are lan osoagoa izateko. Komunikazio erakundearen jardueraren analisi sendo eta euskal komunikazio sistema baten aldeko aldarri indartsua den arren, komunikabideen osaera eta diskurtsoetan zentratua dago ia erabat, eta euskal ikus-entzuleen eguneroko perspektiba albo batetara uzten dute zazpi egileen idazlanek. Izan ere, egileek eurek aitortzen duten bezala, “[g]ure helburua hedabideek euskal nortasunaren garapenean nola eragiten duten aztertzea” da (Amezaga Albizu et al., 2000: 15), ez ikus-entzuleriek hedabideak haien nortasunak osatzeko darabiltzaren moduak esploratzea. Liburuan zentroa komunikabideetan jarrita dago, ikus-entzuleria albo-produktu bat da.

Antzerako ikusmoldea darabil Joan Mari Torrealdai Euskal Telebistaren 10. urteurrenaren inguruan euskara hutsezko telebista publikoaren eta hizkuntzaren inguruko hausnarketan. Bertan ikus-entzule eta ikus-entzulego berbak kantitateari eta audimetriari lotuta ageri dira, “[h]orrela bada, ikus-entzulegorik handiena harturik ere, eta programazio bikainenarekin ere, audientzi-neurketaren arabera ezingo luke bere burua justifikatu ETB euskaldunak.” (Torrealdai, 1993: 153). Agerikoa denez, audimetriak bere horretan justifika ezin duen euskara hutsezko jarduna beste argudio osoagoz defendatzen du Torrealdai “gehiengoaren matematika besterik gabe” aplikatzearen aldean, baina berriro ere ikus-entzuleriaren adiera bakarra darabil artikuluak. Hizkuntzaren eta komunikabide publikoen funtzioak aztertzen dituen lan batek berbaren irekiera semantiko handiago bat baliatu lezakeelakoan nago. Izan ere, ia hogeit hamar urte geroago, euskara hutsezko telebista kate publikoaren audientzia mailak inoiz baino baxuagoak diren honetan, telebista publikoaren justifikagarritasunaren inguruko eztabaidak bere horretan dirau, agian inoiz baino gordinago.

Hamabost urte geroago, 2.0 weba, sare digitalak eta komunikabideen ekosistemako teknologia berriak lantzen ditu, telebistarentzat dituen ondoriez galdeginez, Mendebalde Euskal Kultur Alkartearen *Atzorik Etzira* liburura ekarritako Gorka Palazioaren *Interneteko bideo eta telebistaren aro berriaz* artikuluak (Palazio, 2008). Aro berriaz mintzo da Palazio, telebistaren urteaz bideogintza digitalaren eskenatoki berrian, eta sare digitalen bidezko telebistak euskararentzat izan ditzakeen inplikazio eta aukera teknologikoak aztertzen ditu. Baina audientziaz ari denean, ikusle kopuruaz ari da, “erabiltzaileak” (Palazio, 2008: 112) eta “komunitate lana” (Palazio, 2008: 114) ere aipatzen dituen arren. Komunikazioaren teknologia digital berrien parte-hartzerako ahalmena eta telebista eta bideoaren izaeraren eraldaketak lantzen dituen artikulu baterako, ez dago ikus-entzuleriaren eta ikus-entzuletzaren inguruko gogoeta berezkorik. Berririo ere, komunikabideetan zentratutako azterketa da, komunikabide horien erabiltzaile, hartzaile, ikus-entzuleengan zentratua baino.

Prensa idatziaren eta literaturaren esparruan ere, orobat, irakurle eta irakurleria/irakurlego berbak erabili izan dira euskarazko ikerketan (Arantzabal, 1992; Colomer, 2004), hemen eta han audientzia terminoa ere erabili izan den arren erosle eta irakurleen multzo lausoa, kontsumitzaileen talde zabala edo publikoa orokorrean izendatzeko. Euskarazko prentsa idatziaren azterketan zenbait lanabes eta metodo baliatu izan dira. Alazne Aiestaranek adibidez (Aiestaran, 2007) tokian tokiko prentsaren baitan aurki daitezkeen kazetaritza-generoak aztertu ditu metodologia kualitatiboak erabiliz kazetarien jardun eta iritziak aztertzeko. Baina, irakurleriari dagokionean, hurbilketa kuantitatiboaren alde egin du: “[Debabarreneko agerkari] horien guztien lana, berriz, Eusko Jaurlaritzak 2006an euskarazko hedabideen audientziak neurtzeko egin zuen azterketaren arabera 25.100 irakurleri dago zuzendua.” (Aiestaran, 2007: 95)

Oro har, euskarazko Ikus-entzuleriaren Ikerketaren ekoizpenean ikus-entzuleria audientzia bezala ulertzeko joera nabarmena eman dela esan genezake, komunikabide ezberdinei dagokienean. Alderantzizko abiapuntua hartzen du zentzu horretan, Maialen Garmendiaren *Zergatik ikusten dute telebista emakumezkoek? Telebista eta eguneroko bizitza*³⁹⁴ liburuak. Erdaraz idatzita dagoen arren, gurera ekartzeak merezi duelakoan nago, osagai eta asmo komunak baititu lan honekin (Garmendia Larrañaga, 1998), eta aipatu lanekiko kontrastea eskaintzen duelako. Ikerlariak emakumezko ikus-entzuleek eguneroko bizimoduan telebistarekin osatzen dituzten harremanen konplexutasuna ditu aztergai, eta telebista ikustearen aldien eta emakumezkoen astiaren arteko harremanarekiko kezka agertzen du:

Badakigu jende gehienak egunero denbora kantitate jakin bat – nahiko garrantzitsua- inbertitzen duela telebista ikusten, baina jakin behar da jarduera horrek

³⁹⁴ ¿Por qué ven televisión las mujeres?. Televisión y vida cotidiana.

emakumearen astialdian toki nabarmena duen, ´betelan´ soila den, edo ekintza mekanikoa den, non telebistak bigarren mailako lekua duen eta, funtsean, eseri eta atseden hartzeko aitzakia den.³⁹⁵ (Garmendia Larrañaga, 1998: 65)

Garmendiaren lanak tesi honetan agerian utzi nahi diren osagai eta abiapuntu askorekiko antzekotasun nabarmenak agertzen ditu, talde eztabaidetan oinarritutako hurbilketa kualitatiboaren aldeko hautuarekin hasi eta telebista ikustearen dimentsio anitzekiko arduraraino. Edozelan ere, Garmendiaren lana baino, hura ez baitago euskaraz, Edorta Aranak liburuaren iruzkinean darabiltzan terminoei erreparatzea da atal honetarako interesgarria (Arana, 2008). Aranak, audientzia baino, ikus-entzuleria berba hobesten du bertan, iragarki tarteen salerosketara bideratutako neurketa audimetroetan lotuta bada ere. Hala ere, liburuaren fokoa beste nonbait dagoenaz jakitun, ikuspuntu hertsia horrekiko haustura azaltzen du berehala, Garmendiaren planteamendu etnografikoa deskribatzeko. Audientzia eta ikus-entzuleria sinonimotzat hartzen ditu egileak iruzkin osoan, zentzu tradizionalan, baina “zenbat” ikusteaz gain “nola” eta “zergatik” ikustearen galderen garrantziaz ere ohartarazten du. Hortaz, ezberdintasun terminologikorik proposatzen ez badu ere, adierak desberdintzeko posibilitatea zabaltzen duela esan genezake.

Ikus-entzuletzaren paper eta lekuari buruz gogoeta egiten duen beste euskarazko lan interesgarria *Iritzi publikoa, iritzi publikatua eta publikoaren iritzia - hedabideen eragina euskal politikagintzan* artikulua da (Amezaga, Arana, Iturriotz, & Martín, 1997: 41-57). Hor publikoa berba da ikus-entzuleriaren aktibotasunari buruzko hausnarketarako ardatza, iritzi publiko eta iritzi publikatuaren arteko harremanean sakontzeko abiapuntu eta hitz jokoa. Lanak komunikabideen iritzigintza politikoaren azalpen soziologikoa aurkezten du, iritziaren eraikuntza eragile askotako elkarrekintzaren ondorioa dela azalduz eta aztertutako komunikabideen eduki-analisia Hego Euskal Herrian egindako inkestaren erantzunekin uztartuz bi kasuren inguruan: ETA eta gobernuaren arteko negoziazioa batetik eta euskara bestetik.

Komunikabideek bi gai horien gainean plazaratutako iritzi eta diskurtsoaren azterketaz gainera –bai informaziozko artikuluetan, bai iritzi artikuluetan-, jendartean iritzi-giroak sortzeko prozesu sozialetaz dihardu artikulua, ikus-entzulerien eta komunikabideen arteko hartuemanak norantza bakarrekoak direlako ustearekin hautsiz. Hala ere, komunikabideen jardunean eta diskurtsoaren azterketan oinarritutako lana da, jendaurreko iritziak komunikabideetan duen isla gehiago aztertzen duena eta komunikabideen iritzi publikoaren

³⁹⁵ “Sabemos que la mayor parte de la gente invierte diariamente cierta cantidad de tiempo -relativamente importante- en ver la televisión; pero interesa conocer si esta actividad tiene un lugar preferente en el tiempo libre de la mujer, si es simplemente ´de relleno´, o se trata únicamente de un acto mecánico en el que la televisión ocupa un lugar secundario y es fundamentalmente una excusa para sentarse y descansar.”

isla jendaurrean dituen erabilera eta harrera moduak baino gehiago. Egileek dioten bezala, “‘iritzi publikoaren irudia’ sortu ez dute hedabideek soilik sortzen. Hedabideak eragileak dira irudi-sorkuntza horretan, baina aldi berean badira eragindakoak ere” (Amezaga et al., 1997: 56). Hau da, gizarte mailan egon badauden iritzi giroak jaso, landu eta plazaratu egiten dituzte komunikabideek, autoreen aburuz, molde, tamaina eta kolore ezberdinetako ispiluak bailiran. Baina ispilu horiek islatzen dituzten iritzi publikatuekin ikus-entzuleek egiten dituzten irakurketak eta komunikabideei ematen dizkieten erabilerak albo batera gelditzen dira neurri batean, iritzi publikoaren eraikuntzaren parte direla aitortzen den arren.

Artikulu zinez interesgarria osatzen du eta publiko berbaren adierekiko iradokitzailea eta sortzailea da, baina agian komunikabideen gehiegizko zentraltasuna kritikatu dakiok. Eragile askoko komunikabideen ekosisteman, eragile multzo jakin batek gizartean duen eragiteko ahalmenean jartzen dute fokoa ikerlariak: “Hedabideek gizabanakoen iritzia noraino baldintzatzen duten neurtzerik ez dago; baldintzatu egiten dutela, ordea, aski nabarmena da.” (Amezaga et al., 1997: 57), eta zentzu horretan, irakurle, entzule eta ikus-entzuleek eragile hauek plazaratzen dituzten mezuekin egunerokoan dituzten harreman sinboliko, politiko eta aisiazkoetan sakontzeak ikergaiarekiko galdera eta erantzun berriak aurkitzea ahalbidetuko lukeelakoan gaude.

Hona ekarri ditugun lan eta ikerketetan, komunikabideetan eurretan oinarritutako planteamenduak nagusitu dira, eta orobat euskarazko Ikus-entzuleriaren Ikerketan joera hau nabaritu daitekeela uste dugu: komunikabideen egitura, diskurtsoen analisia eta boterea hartu dira aztergai ikus-entzuletzat moduak, mezuen harrera eta hartzaileen boterea baino gehiago. Komunikazioaren Ikaskuntzen ikerketa ez-mediazentrikoa³⁹⁶ oraindik joera berria da Europa osoan, eta euskaraz egindako lanetan apenas egin den ekarpenik zentzu horretan. Horrekin ez dugu esan nahi egin den lana adiera bakarrekoa izan denik, edo egindako ekarpena baliogarria ez denik bestelako ikermoldeak abiatzeko, baina oro har, euskarazko ikerketan ikus-entzuleen eta ikus-entzulerien egunerokotasunaren inguruan egindako ekarpenak lotsorrak izan dira, eta kulturalki, linguistikoki eta ideologikoki gurea bezain anitza den herri batean, gehiago egin daitekeelakoan gaude.

Hala ere, azken aldian nolabaiteko irekiera bat suma daiteke euskarazko Komunikazio Ikaskuntzetan, ohiko bide metodologikoetatik gain (batez ere audimetrian eta komunikabideen eduki azterketan oinarritua) bestelako abiapuntuak ere barne hartzen dituenak. Adibide bezala, eta belaunaldi eta adin-talde ezberdinen ikus-entzunezko komunikabideekiko harremanen azterketari dagokionez, Pavon eta Zuberogoitiaren *Leintz bailarako nerabeak eta ikus-entzunezko edukien kontsumoa, digitalizazioaren garaian* artikulua aipatu

³⁹⁶ Non-mediacentric. Ikus Andreas Heppen lana (Hepp, 2010).

beharrekoa da (Pavon Arrizabalaga & Zuberogoitia Espilla, 2011). Bertan nerabeek komunikabideen ekosistemarekin eratzen dituzten harreman askotarikoak aztertzen dira metodologia konbinatu bat proposatuz, eta esposizio hutsetik haratago, nerabeen euren motibazio eta ikus-entzunezko dieta edo erreperitorioak aztertuz.

Bestalde, ikus-entzunezko alfabetatzeari dagokionez, Ramírez de la Piscina, Andrieu, Basterretxea, Jiménez eta Idoyagaren *Ikus-entzunezko alfabetizazioaren indar-guneak eta gabeziak Euskal Herrian. Eskola-komunitatean egindako ikerketa kualitatibo baten emaitzak* (Ramírez de la Piscina, Txema, Andrieu, Basterretxea, Jimenez, & Idoyaga, 2010: 67-91) artikuluak diagnostiko modura aurkezten ditu *Media Literacy* edo Ikus-entzunezko alfabetizazioa delakoaren indargune eta ahulguneak Euskal Herrian, metodologia kualitatibotik abiatuta³⁹⁷. Testu horretan ere audientzia berba lehenesten den arren ikus-entzuleriaren aurretik, oso bestelako adiera ematen zaio: “Solasaldi horietan garbi asko geratu da audientziak ez direla pasiboak. Gazte nahiz helduek disfrutatu egiten dute komunikabideen erabilerarekin; areago taldean badaude. Ikus-entzunezko alfabetizazioak handitu dezake atsegin hori.” (Ramírez de la Piscina, Txema et al., 2010: 67-91: 86).

Izan ere, ikerketan parte hartu duten 14 eta 18 urte arteko neska-mutilen ikus-entzunezko gaitasunak aztertzeaz gainera, berauen pertzepzioetan ere sakontzen du artikuluak, ikus-entzuleriaren adiera pasibo edo jasokor hutsetik ulerkera aktiboago batetara igaroz. Hala, hezkuntza formalean ikus-entzunezko alfabetatzea txertatzearen onurez dihardute autoreek, ikasleek masa komunikazioaren ekosisteman parte hartzeko duten aukera eta gaitasunez. Komunikazioaren teknologien garapenarekin, eremua zabaltu egin dela aitortzen dute egileek, tartean “irudiaren irakurketa, kultura mediatikoa, trebezia kritikoak, medioarekiko distantzia, ikusle interaktiboa, sormena, irudimena” (Ramírez de la Piscina, Txema et al., 2010: 67-91: 71) eta abar hartzen dituelarik egun.

Komunikazioan heziketak (hezikomunikazioak, autoreen hitzetan), finean, pertsona, ikus-entzulea hartzen du protagonistatzat, eta hala audientzia terminoaren adiera jasokor eta pasiboarekin apurtu beharra du ezinbestez. Ikasle eta gurasoekin egindako eztabaida taldeen bidez, telebistarekin lotutako esperientzia ezberdinak jasotzen ditu artikuluak, adiera bakarreko jarduera zalantzan jartzen dutenak, belaunaldien arteko gaitasun teknologikoei dagokienez, nork bere gelan edo familian elkarrekin ikusteari dagokionez, ikusten dena eztabaidatzeko aukerei dagokienez... Zentzu horretan, belaunaldien arteko ezberdintasunei buruzko eztabaidak ere jasotzen ditu artikuluak, telebistarekin hazi diren gurasoek internetekiko ezagutza eta gaitasun falta aitortzen dutelarik belaunaldi gazteagoak sarean

³⁹⁷ Ikus baita Idoyaga, Andrieu eta Jiménezzen *Ikus-entzunezko gaitasun interpretatiboak: kultura testualaren eta alfabetatze formalizatuaren artean lan* (Idoyaga, Andrieu, & Jiménez, 2010). Jatorrizko izenburua: Competencias interpretativas audiovisuales: entre la cultura textual y la alfabetización formalizada.

aise dabilzan artean. Orotara, ikus-entzuleen artetik gertatzen ari diren aldaketekiko ardura agertzen dute, bai ikerlariek, baita ikerketako parte-hartzaileek ere, baina, ikus-entzuleen alfabetatze mailan zentratutako lana izanik, ez dago argiketa terminologiko esplizitorik, ezta komunikabideen ekosistema berrian, “iraultza teknologikoaren” ostean (Ramírez de la Piscina, Txema et al., 2010: 87) ikus-entzuleriaren figurarekiko hausnarketa berriazkorik ere. Gure ustez, ikus-entzuleen alfabetatzeari dagokionez, premia eta behar-beharrezkoa da auzi horri ekitea, modu zabalean ulertutako euskarazko Ikus-entzuleriaren Ikerketan.

3.5. LABURBILDUZ: IKUS-ENTZULEEN PROTAGONISMOA

Kapitulu honetan telebista eta ikus-entzuleen arteko harremanak aztertzeko modu askotarikoei erreparatu diegu, Ikus-entzuleriaren Ikerketaren egungo egoerari begirada zabal bat eskaini nahirik, eta, batez ere, komunikazio prozesuaren bene-benetako protagonistengana hurbildu nahirik ikerketaren begirada; pertsonetara alegia.

Horretarako, gure hurbilketa egin ahal izateko funtsezkoak diren hiru termino definitu ditugu lehenengo eta behin: ikus-entzuleria, ikus-entzulea eta ikus-entzuleak. Audientzia neurketaren eta esposizioaren garapena eta mugak ekarri ditugu gogora, baita publikoaren kontzeptu klasikoa egungo ekosistema digitalera moldatzen saiatu ere. Oro har masa komunikazioaren ikerketan, eta bereziki Telebista Ikaskuntzetan esperientziaren kontzeptuak duen garrantzia azpimarratzen amaitu dugu kapituluaren lehen atala, pertsonen egunerokotasuna, subjektuen irakurketa, esanahi eta plazerak barne hartuko dituen hurbilketa baten alde eginez.

Ideia honi helduta, bigarren atal batean ikus-entzuleriak zergatik eta nola aztertu behar ote diren galderari erantzuten saiatu gara, telebistaren denbora eta espazio dimentsioei erreparatuz eta “buru-kontaktak” soilak agertzen dituen mugak mahaigaineratuz. Hurbilketa kuantitatiboen mugak zehaztu arren, osagarritasun metodologiko eta epistemologikoaren alde egin dugu atal honetan, elkarrekin giza errealitatearen zati handiago bat ezagutzea ahalbidetzen digutela aldarrikatuz.

Hirugarren atalean, lan honetarako funtsezkoak diren Ikus-Entzuleriaren ikerketaren sei ardatz aipatu ditugu, diziplina edo eremu bakoitzetik ekarpen esanguratsuenak aukeratuz. Kultur Ikasketetatik baikortasun kritikoa eta menpeko taldeek kultura nagusiaren zeinu eta objektuak bereganatu eta moldatzeko agertzen duten potentzialtasuna ekarri ditugu. Hartzearen Ikaskuntzetatik berriz, telebistaren ikus-entzuleen aktibotasun eta

pasibotasunaren mugak zalantzan jartzea. Ikus-entzuleria eta familiaren ikerketan David Morleyren ekarpenak proposatzen dugun aisiarako hurbilketa integralarekin alderatu ditugu, telebistarekin lotutako aisia etxeko testuinguruan eman ohi den dimentsio eta aurpegi anitzeko gertakizun bezala definituz. Telebistaren zentzu, esanahi eta plazeraren zirkulazioari buruz ohar batzuk egin ditugu ondoren, Radway eta Fiskeren lanak gogora ekarriz esperientziaren zentralitatea subjektuengan dagoela argudiatzeko, testu eta testu-eramale diren objektuetan baino. Adin taldeak eta belaunaldiak aipatu ditugu gero, Mannheimen subjektibitate kolektiboen kontzeptua berreskuratuz, bi kontzeptuak bereizteko. Azkenik, ahozkoatasunak Ikus-entzuleriaren Ikerketan izan duen eta izan dezakeen garrantzia azpimarratzen saiatu gara, idatzizkoaren eta ahozkoaren esparruak alderatuz.

Bukatzeko, Ikus-entzuleriaren Ikerketaren Europar panorama orokorra marraztu nahi izan dugu, zortzi herrialdetako³⁹⁸ egoera laburbilduz, Europar egoeraren sintesi bat proposatuz eta Euskal Herrian eta euskaraz egin diren ikerketa esanguratsuenak ekarriz gogora.

Kapitulu honekin tesiaren lehen atala osatzen duen Abiapuntu Teoriokoari amaiera eman diogu. Ondoren, bigarren atalari ekingo diogu, Marko metodologiko eta azterketari. Horretarako laugarren kapituluaren ikerketaren metodologia eta azterketa osoaren diseinua aurkeztu eta azalduko dira, bostgarren kapituluaren adin-taldearen kontzeptuzko analisisian eta deskribapen estruktural-konparatiboan barneratu aurretik.

³⁹⁸ Frantzia, Espainia, Austria, Belgika, Suitza, Finlandia, Erresuma Batua eta Portugal.

BIGARREN ATALA. MARKO

METODOLOGIKOA ETA AZTERKETA

EDUKIAK

- | |
|---|
| <p>3. KAPITULUA. METODOLOGIA ETA AZTERKETAREN DISEINUA.
3.5. IKERKETAREN OBJEKTU, HELBURU ETA HIPOTESIEN
LABURBILKETA
3.6. IKERKETAREN PARADIGMA METODOLOGIKO OROKORRA
3.7. TEKNIKA METODOLOGIKOAK ETA GIDOIA
3.8. ATLAS.TI ETA INFORMAZIOAREN ANTOLAKETA, AZTERKETA ETA
BERRESKURAPENA
3.9. AZTERKETA ETA KODEKETA ESTRATEGIA GLOBALA
3.10. LABURBILDUZ: HURRENGO KAPITULUAK ETA HIRU
AZTERKETA-BEGIRADAK.</p> |
| <p>4. KAPITULUA. ADIN-TALDEEN KONTZEPTUZKO ANALISIA: DESKRIBAPEN
ESTRUKTURAL-KONPARATIBOA.
4.5. ALDIZKO KONTZEPTUAK
4.6. ASTIZKO KONTZEPTUAK
4.7. AISIAZKO KONTZEPTUAK
4.8. LABURBILDUZ</p> |

The aim of the sciences of society should not be to dress themselves in the garments of their elders and look so like them that the guardians of the halls of science will not perceive the difference. The object of science is to carry the light of understanding, to show us truth. If a piece of research aids us to understand better, more fully, some aspect of this so complex universe of man and nature, then it is worthwhile. If it does not, then no parade of figures will make it anything more than labor lost. Our methods should be adjusted to our materials and not our materials to our methods.

R.M. MacIver. Is Sociology a Natural Science?

IV. KAPITULUA. METODOLOGIA ETA AZTERKETAREN DISEINUA.

Orain arteko hiru kapituluetan tesi honen abiapuntu teorikoa marraztu eta oinarri kontzeptualak zehaztu ditugu. Kapitulu honetan aldiz ikerketaren metodologia eta diseinu orokorra aurkeztuko ditugu, erabilitako tresna eta teknika ezberdinak deskribatuz eta ibilitako bidea ahalik eta argien azalduz.

Lehenengo eta behin ikerketaren ikuspegi metodologiko orokorra azalduko dugu, ikerketa kualitatiboaren eta kasu azterketaren arrazoiak, abantailak eta mugak lanaren ardura-eremura ekarri eta tesi honetan erabili den planteamendua eta lagina zehaztuz.

Jarraian landa lanean datuak jasotzeko erabili diren bi ikerketa teknikak aurkeztuko dira: eztabaida taldeak eta sakoneko elkarrizketak, bietarako erabilitako gidoiarekin batera. Ondoren ATLAS.ti programa informatikoaren aurkezpen labur bat burutuko dugu, haren oinarritzko kontzeptu eta objektuen deskribapenetik hasi eta jasotako informazioa aztertzeke eskaintzen dituen aukera ezberdinak deskribatuz gero.

Amaitzeko, erabilitako azterketa eta kodeketa estrategia globala aurkeztuko ditugu, kodeketa ezberdinek adin-taldeka agertzen duten banaketaren panoramika orokor bat eskainiz irakurleari.

4.1. ARAZOAREN PLANTEAMENDU OROKORRA

Ikerketaren metodologiari buruz ari garela, merezi du lan honen sarreran zehaztutako ikerketa-galdera, helburu eta hipotesiak gogora ekartzeak, labur bada ere³⁹⁹. Izan ere, lan honetan erabilitako bide eta metodoen azterketa eta azalpenaz ari bagara, komeni da ikerketaren iparra gogoan izatea.

Belaunaldien eguneroko aisialdian telebistak jokatzeko duen papera aztertzeke lau ikerketa-galdera orokor planteatu ditugu: Nolakoak dira hainbat adinetako pertsonen egunerokoan telebistarekin dituzten harremanak? Nolakoa da telebistarekin lotutako aisialdi, aisiazko jardun eta aisiazko esperientzien parte-hartzaileen kontakizuna bateratze multimediaren garain honetan? Zein ezberdintasun eta antzekotasun aurki daitezke adin-talde ezberdinen artean? Zein da telebistaren izaera, aisia humanistaren perspektibatik?

Galdera hauei erantzun ahal izateko helburu nagusi bezala lau adin-taldeko telebistarekiko harremanak aisia humanistaren perspektibatik ikertu eta belaunaldien arteko ezberdintasun eta antzekotasunak aztertu, interpretatu eta azaltzeko gai den eredu teoriko bat eskaintzea hautatu da. Helburu nagusi honi lanaren kapitulu ezberdinetan landuko diren lau helburu espezifiko eta hamairu azpi-helburu lotu zaizkio.

Lanari ekin ahal izateko berriz, zortzi lan hipotesi formulatu dira, ikerketa honen ikuspegi metodologiko orokor eta aukeratutako teknika eta tresnetan zuzenean eragin dutenak. Laburbilduz, abiapuntu edo lan-hipotesi bezala hartu dugu pertsonen telebistarekin harreman ezberdinak eratzen dituztela, eta ondorioz aisiazko esperientzia ezberdinak dituztela harekin harremanean; komunikabideak eta haien ikus-entzuleriak aldatuegiten direla, eta hartara belaunaldiek ezaugarri berezkoak agertzen dituztela komunikabideekiko hartuemanean; “telebista ikustea” adierazi anitzeko adierazlea dela, aisiazko harreman konplexuak ezkututzen dituen eta telebistarekiko harremana ez dela hau itzaltzean eteten; subjektuaren esperientzia haren kontakizunaren bidez soilik ezagutu dezakegula, eta parte-hartzaileen hizkera eta kontakizuna aztertuta parte-hartzaileen euren parametroetan ezagutu dezakegula telebistarekiko aisiazko harremana.

Behin abiapuntu hau zehaztuta, ikerketaren ikuspegi epistemologiko orokorra eta kasu azterketaren berezko ezaugarri metodologikoak xehatzeko unea da. Horri helduko diogu hurrengo orrialdeetan.

³⁹⁹ Xehetasun gehiagorako ikus Introduction atalean “Scope, object and objectives of the study.”

4.2. IKERKETAREN PARADIGMA METODOLOGIKO OROKORRA

Aurreko ataletan aurreratu dugu telebistaren ikus-entzuleen eta ikus-entzulerien bestelako ikerketa baten beharra, batez ere euskal esparruari dagokionez. Ikerketaren atal enpirikoari helduta, bada garaia gure proposamena aurkezteko, eta horixe egiten saiatuko gara hurrengo orrialdeetan.

4.2.1. ESPERIENTZIA: ARDATZ ETA HELBURU

Eguneroko jardunean “telebista ikustea” adiera bakarreko jarduera bezala hartu ohi dugun arren - zeinen inguruan zalantza edo zehazgabetasun gutxi egon daitekeen - esapidea ikuspegi ezberdinetatik problematizatu daiteke⁴⁰⁰. Roger Silverstonek adibidez termino “ia-takigrafiko” bezala deskribatu zuen; ikus-entzuleriaren telebistaren aurreko jarduera eta esperientzien aniztasuna nolabait laburtu edota zelanbait jasotzeko saiakera trakets, behin-behineko eta eskasa bezala (Silverstone, 1989: 77). Labur esanda, gertatzen ari dena laburtzeko saiakera inperfektoa da “telebista ikustea” formulazioa; errealitatea bere osotasun eta konplexutasunean jasotzeko gai ez dena, eta ordainetan laburpen moduko bat, arrasto moduko bat jaso eta eskaintzen duena, errealitate osoaren orde.

Hala, telebista ikustearen jarduera hutsa, bere horretan giza errealitatean gutxitan gertatzen den fenomeno dela onartzetik abiatzen da Silverstone. “Telebista ikustea” deritzogu, baina praktika eta esperientzia mordo bat izendatzen ari gara termino berarekin. Areago, telebista eta egunerokotasuna estu-estuan lotuta agertzen dira egiaz, eta bata ikertzea bestea ikertzea ere bada, aldi berean. Lan honetan gogo bertsuarekin heldun zaio ikergaiari, pertsonen telebistarekin lotutako aisiaren bizipena harturik erreferentzia.

Hedabideak XXI. mende hasierako euskal hiztunen egunerokotasunaren ez ezik aisiazko praktika eta esperientzien erreferentzia nagusi izanik, ikus-entzuleria euskaldunei buruzko ikerketa batek ezinbestean hartu behar du bi eremuok aintzat hartuko dituen abiapuntu metodologiko bat. Arinago ere sarri azpimarratu bezala, ikerketa honen interesa ez datza pertsona edo taldeek telebistarekin dituzten harremanen ezaugarri objektiboen sailkapenean edo berauen etorkizuneko aurrikuspenean edo proiektzioan. Telebistarekin lotutako aisiazko bizipen partikularrak, harreman esanguratsuen eraikuntzak eta aisia eta entretenimenduzko esperientzien interpretazio subjektiboak ditugu interesgune eta ikergai.

⁴⁰⁰ Ikus adibidez “Telebista gure garaian” atala 2. kapitulan eta “Ikus-entzuleria, ikus-entzuleak” 3. kapitulan.

Hartara, Chris Rojekek aukeztutako terminoetan, ikerketa honen helburuei heltzeko hurbilketa ideografikoa behar da nomotetikoa baino gehiago, metodologia ez-orokortzaile bat, orokortze saiakera bat baino gehiago (Rojek, 2009). Hurbilketa ideografikoa norbanakoen esperientzia subjektiboetan zentratzen da, emaitzak ere norbanakoek erabilitako adierazpen eta terminoetan aurkeztuz.

Tesi honen helburua ez da euskal hiztunek telebista ikusten igarotzen duten denbora eta espazioa (noiz, non, zenbat, zenbat aldiz...) edo kontsumitzen dituzten edukiak (zer, nola, zeren bidez...) aztertzea, ez eta euskal ikus-entzuleriaren joera orokorrak bilatu edo eraikitzea, baizik eta ikus-entzuleen diskurtsoak jaso eta hauen bidez balizko belaunaldi ezberdinen telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak alderatu eta ulertzea. Hortaz, tesiaren azken asmo metodologikoa ulerkerazkoa da, ez osotasunezkoa (Velasco & Díaz de Rada, 2006).

Euskal hiztunen belaunaldi ezberdinetako pertsonen sakoneko kasu azterketak “xehetasunezko azterketa” burutu ahal izateko aukera eskaintzen digu (Flyvberg, 2004: 420), eta hala telebistarekin harremanean aurkitu eta eraikitako esangura eta plazerren esplorazio intentsiborako aukera zabaltzen da. Melville Herskovits amerikar antropologoak esan bezala esperientziak ikerketa intentsiboak ulermena eskaintzen duela erakusten du, estentsiboak ez bezala (Herskovits, 1954). Zentzu horretan, ikerketa honen ikuspegi metodologikoak adierazgarritasuna bilatzen du, baina ez berau lagin batetatik abiatuta unibertso handiagoaren ezaugarriak modu formalean orokortzeko aukera bezala ulertuta, baizik eta ikergai den errealitatearen bizipenak jaso eta gaiaren inguruko ezagutza handitzeko aukera bezala. Unibertsaltasun eta partikularren arteko tentsioan, partikularren alde egingo dugu beraz: testuinguruan ainguratutako ezagutza zehatzaren eta azalpen teoriko erroto, praktikoa eta biziaren alde.

Iker-objektua, aisiazko esperientzia, subjektuaren baitan soilik ematen denez, subjektuaren beraren narrazioaren bidez soilik ezagutu dezakegu, eta hortaz ezinbestean egongo da bere partikularitasunen arabera kontatua, subjektuaren baitan kokatua. Partikularitasun hauek ezkutatu baino, ahal den neurrian mahai gaineratzeko apustua egin da lan honetan. Alde batetatik norbanakoen anonimotasuna bermatu arren ezaugarri demografikoak islatuz aukeratutako aipuetan ⁴⁰¹, eta bestetik transkribapenetan eta In Vivo kodeketan saio ezberdinetan erabilitako euskalkiak eta adierazpide zehatzak errespetatuz.

Hala ere, adin taldeak elkarren artean alderatu eta balizko belaunaldien arteko berdintasun eta ezberdintasunak bilatzea denez tesi honen xedea, ezinbestekoa da partikularitasun huts-

⁴⁰¹ Ikus atributuzko kodeen informazio markak.

hutsetik aldendu eta nolabaiteko orokortasunak onartzea. Zientziak orokortasunekin lan egiten duen artean, esperientzia nolabait beti bakuna, berezia denari dagokio, eta kontrakotasun horri irteera emateko ezinbestekoa da mutur bien artean nonbait kokatzea. Lan honetan puntu hori adin-taldeek eskaini dute, hauen arabera multzokatu baitira norbanakoak gero multzo ezberdinak alderatu ahal izateko.

4.2.2. LOGIKA IDEOGRAFIKOA ETA NOMOTETIKOA

Logika ideografiko hutsa anti-orokortzailea da definizioz, partikularra, subjektuaren baitan kokatutakoa bere horretan aitortzen baitu, gertakizun bakan eta bakuntzat harturik. Ikerketa prozesu osoki ideografiko batek ezinbestean emaitza berezi eta bakarrak eskainiko ditu, alderagaitzak, eta laginari bakarrik dagozkionak (Tan & Hunter, 2009: 573). Logika nomotetikoak aldiz orokorketa ahalbidetzea bilatzen du hasieratik, pertsona eta taldeen arteko alderaketarako aukerak zabaltzen ditu, horretarako elementu komunaren multzoetatik abiatuta, elementu komunik ezean ezinezkoa baita konparazioa (Tan & Hunter, 2009: 576).

Horrela, tesi honen ikuspegi metodologikoa ez da bere osoan ideografikoa; abiapuntu eta filosofia ideografiko batetatik abiatuz elementu nomotetiko batzuk ere jasotzen ditu, eraikitako kategorien artean alderaketak ahalbidetu eta belaunaldien artean ezberdintasun eta berdintasunak ote dauden erantzuten saiatzeko. Baina aldi berean, hurbilketa nomotetikoak ez du esan nahi ikerketaren anbizioa, abiapuntua eta nolabait helburua ere ideografikoak ez direnik, hala baitira.

Schutz-ek jaso bezala (Schutz, 1962: 59) gizarte zientzien metodologiaren lehen eginkizuna gizakiak egunerokotasunean bere esperientziak antolatzen dituen printzipio orokorrak esploratzean datza⁴⁰². Guri bi muturrak dagozkigu: orokortzea eta anti-orokortzea, printzipio orokorrak eta esperientzia partikularrak. Tesi hau esperientzia partikularretatik gertuago kokatzen da, printzipio orokorretatik baino, baina hala ere lan honen abiapuntu metodologikoak eta landa lanaren diseinuak bi joerak aitortu behar ditu ezinbestean. Bestela esanda: tentsio horri uko edo muzin egitea ez da aukera bat. Tentsio hori onartu eta bertan kokatzearen hautua egin beharra dago, bai ikerketaren aukera metodologikoan eta baita landa lanaren prozesu osoan ere.

Hortaz, abiapuntu metodologiko bezala lan honek orokortzeak burutzeko mugak onartzen ditu, eta ez da bere asmoa biztanleria edo adin-tarte osoei buruzko ondoriorik proposatzea.

⁴⁰² "La exploración de los principios generales según los cuales el hombre en la vida cotidiana organiza sus experiencias .. el el primer cometido de la metodología de las ciencias sociales."

Baina aldi berean hautatutako parte-hartzaileak eta bildutako lagina unibertso zabalago baten parte gisa hartzen da, eta haiengandik emaitza adierazgarriak ondorioztatu eta ikergaiari buruzko ezagutzan aurreratzea espero da. Bestela esanda, ierketa kualitatiboaren baitan kokatzen da bete-betean lan osoa. Zer da baina, ierketa kualitatiboa? Zein ezberdintasun ditu ierketa kuantitatiboarekiko? Galdera horri lan honi dagokion neurrian erantzuten saiatuko gara hurrengo lerroetan.

4.2.3. IKERKETA KUALITATIBOA KUANTITATIBOAREN ONDOAN: AUKERAK, MUGAK, OSAGARRITASUNAK.

Ierketa kualitatiboa zehazte aldera komenigarria da aurretik ierketa kuantitatiboari buruz zerbait esatea. Izan ere, abiapuntu teorikoan luze azaldu bezala azterketa kuantitatiboak Aisiazko Ikaskuntzetan eta Ikus-entzuleriaren Ikerketan ekarpen inportanteak egin ditu, eta oraindik ere bi esparruen baitan burutzen den ierketa gehiena kuantitatiboa da izaeran⁴⁰³. Hala ere, metodo kuantitatiboak muga zeharkaezin batzuk, horma igaroezin batzuk agertzen ditu⁴⁰⁴ bai Ikus-entzuleriaren Ikerketan eta baita aisiaren ikerketan ere. Finean, Rojekek dioen bezala azterketa kuantitatiboak “ez du sarbiderik aisiazko jarduera burutzen ari diren pertsonen gogora, eta ezin du mundua haien begietatik ikusi”⁴⁰⁵ (Rojek, 2009: 71).

Hari berari tiraka, ikerlari britainiarrak alemaniar soziologiaren baitan eman zen *Methodenstreit* eztabaida filosofikoa dakar gogora. Bertan bi jarrera bateraezin gailendu ziren: natur zientzien (*Naturwissenschaften*) eta aldagai objektiboen bidez giza bizi-mundua (*Lebenswelt*) azal eta uler zitezkeenaren aldekoak, eta metodo hauen bidez giza jokabidearen kanpo kausalitateaz haratago joan ezina aitortu eta giza zientzia eta berezko metodoen (*Geisteswissenschaften*) alde egin zutenak, kanpo jokabidea ez ezik barne-esperientzia, motibazioa eta aldagai subjektiboak kontuan hartuz. Lehen jarreraren aldeko soziologoek mundu ikuskera koherentea eraikitzea helburu harturik gertaeren pilaketa bilatzen zuten batez ere, logika nomotetikoaren baitan kokatuz. Bigarren jarreraren aldekoek berriz gizaki eta gizartearen jokabidearen alde idiosinkratiko eta errepikaezinak aldarrikatu zituzten, giza mundu ikuskerak aldakorak eta testuinguruarekiko kontingenteak direla aldarrikatuz, logika ideografikoaren baitan.

Eztabaida natur zientzien metodoen – *Naturwissenschaften*- eta giza eta gizarte zientzien metodoen – *Gesteswissenschaften*- artean kokatzen den arren, hurbilketa kuantitatibo eta

⁴⁰³ Ikus “Ikus-entzuleak eta Ikus-entzuleriaren ierketa” atala, 3. Kapitulu.

⁴⁰⁴ Ikus “Audientziaren azterketaren mugak”3. Kapitulu.

⁴⁰⁵ “But it cannot enter the minds of people engaged in leisure practice or see the world through their eyes.”

kualitatiboekin duen harremana begibistakoa da. Martyn Hammersleyk ere natur zientzien aldeko joera metodo orokortzailearekin eta metodo nomotetikoarekin lotuko du (Hammersley, 2005: 28):

Hemen fenomeno anitzek banatzen dituzten ezaugarrietan jartzen da arreta. Natur zientziaren helburua gertaera oro barne hartuko dituguen kontzeptu orokorren sistema osatzea da, baita etorkizunean gertatuko direnena ere. Are gehiago, onartzen da fenomeno bakoitza anbiguotasunik gabe kontzeptu jakin bati esleitu daitekeela.⁴⁰⁶

Noski, zilegi litzaioke ikerlariari giza bizipenaren inguruko halako teoria oro hartzaile eta anbiguotasun gaberik eraiki nahi izatea, zeinek telebistarekin lotutako aisiazko esperientziaren agerpen oro zalantzarik gabe azaltzeaz gainera, etorkizunean gerta litezkeen guztiak hutsik gabe aurrikusteko gaitasuna lukeen. Baina Rojek eta Hammersleyren kontakizunak iradokitzen duen bezala bigarren paradigma bat beharrezkoa da giza esperientziari eta esangurari, giza bizi-mundu edo *Lebenswelt* horri dagozkion eremuak esploratu eta ezagutu ahal izateko: errealitate ezberdin batek errealitate horri hurbiltzeko auresuposaketa ezberdinak eskatzen ditu.

Klaus Bruhn Jensenek honela bereizten ditu bi paradigmak, errealitateari eta errealitate hau ikertzeari buruzko auresuposaketa ontologiko, epistemologiko eta metodologiko ezberdinen konfigurazio bezala ulertuta:

7. TAULA: PARADIGMA KUANTITATIBOA ETA KUALITATIBOAREN OINARRIAK

Metodologia	
Kuantitatiboa	Kualitatiboa
Maiztasuna	Agerraldia
Experimentua	Experientzia
Neurketa	Exegesia
Produktua	Prozesua

Iturria: (Jensen, 2012: 285) Norberak moldatua.

Paradigma kuantitatiboak gertaera baten maiztasuna edo errepikatzea badu oinarri, paradigma kualitatiboan agerraldiaren testuinguruari ematen zaio balioa. Paradigma kuantitatiboarentzat experimentua eta neurketa dira fenomenoak ulertu, azaldu eta aurrikusi

⁴⁰⁶ "Here the focus is on the common features that many phenomena share. The aim of natural science is to form a system of general concepts that allows every event, including those that will occur in the future, to be subsumed under general concepts. Furthermore, it is assumed that in each case phenomena can be assigned unambiguously to a particular concept."

ahal izateko oinarria, eta paradigma kualitatiboarentzat aldiz giza esperientziaren interpretazio zikliko⁴⁰⁷ edo exegesian datza muina. Azkenik, paradigma kuantitatiboarentzat zentzua edo esanahia produktua den bitartean, paradigma kualitatiboan sarri testuinguruaren arabera garatzen den prozesua da.

Joseph Ponterotto eta Ingrid Giegerrek ere antzerako parametroak darabiltzate eskuartean ikerketa kuantitatibo eta kualitatiboaren - edo hobe esanda, metodologia kuantitatibo eta kualitatiboaren, ezaugarri nagusiak laburbiltzerakoan (Ikus 8. Taula). Bi metodologo kualitatiboaren eskeman berriro ere, errealitate ezberdinekiko interesa ez ezik, errealitatearekiko hurbilketa ezberdinak agertzen dituzte metodo batek eta besteak. Bi paradigma ezberdinen aurrean aurkitzen gara: erantzunak bilatzeko modu ezberdinak ez ezik, galderak formulatzeko modu ezberdinak aurkezten dituzte. Zentzu horretan, historikoki lehian aurkitu izan diren, eta oraindik ere aurkitzen diren, tradizio akademiko eta zientifiko ezberdinak baino, ikuspuntu osagarriak direla esan dezakegu⁴⁰⁸.

8. TAULA: METODO KUANTITATIBO ETA KUALITATIBOEN EZAUGARRIAK

Metodo kuantitatiboak	Metodo kualitatiboak
Natura-zientzietako perspektiba	Giza zientzien perspektiba
Positibismoa	Fenomenologia, idealismoa eta konstruktibismoa
Errealitate neurgarri bakarra	Errealitate anitzak, sozialki eraikiak eta testuinguruaren arabera
Teoriak gidatuak (<i>theory driven</i>)	Teoria-sortzaileak (<i>theory generating</i>)
Hipotesiak frogatzea	Hipotesiak sortzea
Kuantifikazioa	Deskribapena
Lege eta kausak ulertzea	Esanahia bilatzea
Ikerlari objektibo eta apartatua	Ikerlari parte-hartzaile eta interaktiboa
Diseinu esperimentalak	Sakoneko elkarrizketak eta behaketa parte-hartzailea

Norberak moldatua (Ponterotto & Gieger, 1999)

Taulak metodologia eredu idealak aurkezten ditu, errealitatean bere horretan zertan bete ez direnak. Baina aitortu beharrekoa da ikerketa hau bete-betean kokatzen dela bigarren zutabearen, darabilen perspektiba, errealitatearekiko hurbilketa ontologiko-epistemologiko, planteatzen dituen helburu, darabiltzan ikerketa teknika eta ikerlariak ikerketan jokatzeko

⁴⁰⁷ Ikus "Bide-oharrak: memoak eta memogintza" atala, kapitulu honetan bertan.

⁴⁰⁸ Ikus "Ezaugarriak: zer da eta zer ez (lan honetan) Kasu Azterketa?" atala.

duen paperagatik. Iñaki Zabaletak bere Zientziaren jakintza-eraren hierarkia epistemikoan hurrenez hurren aipatzen dituen Ontologia, Epistemologia, Teoria, Metodoa eta Ikerketa-teknikei (Zabaleta Urkiola, 1997: 9) dagokien hurbilketa kualitatiboan kokatzen da betebetean lan hau.

Ponterotto eta Griegerrek proposatzen duten teoria sortzeko gaitasun edo orientazioari dagokionez berriz, aztertutako kasuen eredu esplikatibo interpretatiboa osatzea du helburu tesi honek. Planteamendu hau ez da berria ikus-entzuleriaren eta ikus-entzuleen azterketan; Maialen Garmendiak jaso da adibidez, Euskal Autonomia Erkidegoko emakumeek telebistarekiko harremanak aztertzerakoan (Garmendia Larrañaga, 1998: 76) ikerketaren aztergaia (eta lagina) eta beronengan aztertu nahi diren ezaugarri eta dimentsioak aukeratu ostean eredu kontzeptuala osatu behar dela, aztertutako pertsonen jokabideak modu koherente eta artikulatuan deskribatzeko, dimentsioetan oinarritutako azterketa soilak beti ere ikus-entzuleriaren irudi partziala eskainiko bailuke. Garmendiak ikuspegi deskriptibo osoagoa eskain dezakeen eredu kontzeptual honetaz haraindi eredu teorikoaren eraikuntza ere proposatzen du, ikus-entzuleriaren ohiturak deskribatzeaz gain berauek ulertu eta interpretatze aldera⁴⁰⁹.

Antzerako planteamendu bati jarraituz, tesi honetan hiru "une" metodologiko ezberdin bereizten dira: Abiapuntu teorikoa, Azterketa Enpirikoa eta Eredu Interpretatibo-Esplikatiboa. Hau da: ikerlanaren eta iker-arloaren oinarri teorikoak definitu dira lehen unean, kasu azterketaren prozedura eta emaitzak aurkeztu dira bigarrenean, eta aztertutako kasuen telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien eredu teorikoa proposatuko da hirugarrenean.

Lan hau ikerketa kualitatiboarekiko nola kokatzen den modu orokorrean aurkeztuta, ondoren kasu azterketaren figura sakontasun handiagoarekin aztertuko dugu ondoren.

⁴⁰⁹ "Una vez seleccionada la población objeto de estudio y los aspectos o dimensiones que se consideran más relevantes en el ámbito de los hábitos de audiencia, es necesario configurar un modelo conceptual que permita describir de forma coherente y articulada los patrones de conducta de las mujeres, puesto que la descripción centrada en las diversas dimensiones ofrecería siempre una imagen parcial de sus hábitos de audiencia. Si además de un modelo conceptual, se quiere crear un modelo teórico será necesario - además de describir los diversos hábitos de audiencia- comprender e interpretar cómo y por qué se comportan de una forma determinada las mujeres de la CAPV cuando ven la televisión." (Garmendia, 1998: 76)

4.2.4. KASU AZTERKETA: ABIAPUNTUA, EZAUGARRIAK, MUGAK ETA ABANTAILAK.

Honorio Velasco eta Angel Diaz de Radak ikerlariak ikuspegi metodologiko orokorraren eta landa lanaren artean bereiztu beharraz azpimarratzen dute *Ikerketa etnografikoaren logika* lanean: “Landa lana teknika bat eta teknika multzo bat baino gehiago da, baina ez da prozesu metodologiko orokorrarekin nahastu behar. Egoera metodologikoa da, baita prozesua ere bere horretan, ekintzen, jarreraren eta jazoeren sekuentzia bat, zeinek denak ez dauden ikerlariaren kontrolpean...” (Velasco & Díaz de Rada, 2006: 18)⁴¹⁰. Bestela esanda, mapa ez da lurraldea (Korzybski, 1933: 747–61), eta iparrorratza eta ibilbidea bereiztu beharrean gaude: planteamendu metodologikoak norabidea eta iparra markatzen ditu, baina ez da posible landa lanaren aldagai guztiak aurrikusi eta hartu beharreko erabaki guztiak aldeztetik zehaztea.

Hala, landa lanak diseinatu den planteamendu eta prozesu metodologikoan murgiltzea, uretara jauzi egitea dakar ezinbestean: egoera metodologikoan kokatzea dakarkio ikerlariari. Esan beharrik ere ez dago, egoera metodologiko bezala, joera orokortzaile eta ez-orokortzailearen, ikuspegi nomotetiko eta ideografikoren artean aurkituko garela behin eta berriro. Ikerketaren dimentsio enpirikoa marrazten eta definitzen duten alorrak dira biak ala biak, hirugarren kontzeptu batean topo egiten dutenak, batak eraikuntza eta diseinu teorikoaren aldetik, besteak datuak jasotzeko jardun praktikoaren aldetik. Klaus Bruhn Jensenek dioen bezala, “behin interes teorikozko eremuari formatoa eman eta beronen osagaietatik lagina hartuta, proiektu kualitatibo batek ‘metodo’ zehatzen aukeraketara jotzen du, eremuarekin hartueman izateko tekniketara”⁴¹¹ (Jensen, 2012: 270). Lan honetan kasu azterketak osatzen du interes teorikozko eremuarekin hartueman ahalbidetzeko aukeratutako metodo zehatza.

Noski, “formatoa” eman zaion eremu honetan, eta abiapuntu metodologiko orokorretik eratorrita, landa lanean planteamendu metodologikoaren kontraesanak berraurkitzen eta berragertzen dira, baita berariazko kontraesanak berriak sortu aurkitu ere. Nola bilatu oreka esanguratsu bat aurkitutako errealitate partikular eta idiosinkratikoen eta edozein fenomenori buruz zerbait esateko beharrezkoa den orokortze maila minimoaren artean? Zer utzi kanpoan eta zer hartu barruan? Noiz hitz egin eta noiz isildu?

⁴¹⁰ “El trabajo de campo es más que una técnica y más que un conjunto de técnicas, pero ciertamente no debe confundirse con el proceso metodológico global. Es una situación metodológica y también en sí mismo un proceso, una secuencia de acciones, de comportamientos y acontecimientos, no todos controlados por el investigador...”

⁴¹¹ “... having formatted a field of theoretical interest, and having sampled from its empirical constituents, a qualitative project turns to the concrete choice of ‘methods’- techniques for interacting with the field.”

Lan honetan adin-taldeak hartu dira erreferentzia eta mutur bien arteko bidegurutze bezala. Eztabaida taldeak eta sakoneko elkarrizketak erabili dira adin-taldeen inguruan eraikitako kasuen inguruko datuak biltzeko⁴¹². Hurrengo lerroetan kasu azterketa zertan datzan, zein muga dituen eta zein aukera eskaintzen dituen aztertuko dugu.

4.2.4.1. EZAUGARRIAK: ZER DA ETA ZER EZ KASU AZTERKETA?

Kasu azterketa ikerketa modu eta estrategia berezia da, orokorraren eta partikularraren arteko tentsioan kokatzen dena, eta N handiko lagin bidezko azterketa estatistiko eta inkestetatik zein esperimentuengandik ezberdina: “fenomeno baten instantzia bat edo gutxi batzuk sakonean aztertzen diren ikerketa ikuspegia”⁴¹³ (Given, 2008: 68). Ikerketa estatistikoan ezaugarri edo bereizgarri zehatz bat edo multzo txiki bat biztanleriaren artean nola banatuta dagoen aztertzen da. Kasu azterketan aldiz instantzia zehatz baten (edo multzo txiki baten) bereizgarri eta ezaugarri anitzak aztertzen dira; interes teorikodun fenomenoak aztertzeko testuinguru eta kasuak aukeratzen dira, hauek xehetasun enpirikoz aztertu ahal izateko (Jensen & Jankowski, 1993; Jensen, 2012).

Estrategia simetrikoak dira hortaz, azterketa estatistikoarena eta kasu azterketarena. Ezberdinak eta neurri batean aurrez aurrekoak, baina osagarriak. Kasu azterketek adierazle eta ñabardura gehiago erabil ditzakete fenomeno bat aztertu, eta berau interpretatuko duten eredu eta kontzeptu teorikoak errepresentatzeko. Agregazio estatistikoan aldiz, maneiatu daitekeen aldagai eta adierazle kopurua murriztu eta zurrunagoa da, baina trukean askoz kasu gehiago aztertu daitezke.

Hau esanda, kasu azterketak teknika, korrante eta abiapuntu metodologiko ezberdinekin lotura eta afinitate nabarmenak agertzen baditu ere, ezin esan daiteke zehazki berauekin identifikatzen denik: “Ezin dezakegu kasu azterketa *kualitatibo, etnografiko, prozesu-azaltzaile, holistiko, naturalistiko, hedatu* edo *triangulaziogatik* trukatu, itzulpenean zerbait galdu denaren sentsaziorik gabe”⁴¹⁴ (Gerring, 2007: 18).

Finean kasu azterketetan norbanako, komunitate, erakunde eta jazoeren sakoneko ikerketa burutzen da, beti ere testuinguru sozial, historiko, teknologikoarekin harremanean, inguruarekin harremanetan dauden sistema sozial bezala ulertuta (Gomm, Hammersley, & Foster, 2000; Yin, 2003). Kasuen berezko interes historiko, politiko, antropologiko edo

⁴¹² Ikus”Landa lana eta ikerketa enpirikoa”azpiatala kapitulu honetan bertan.

⁴¹³ “A case study is a research approach in which one or a few instances of a phenomenon are studied in depth.”

⁴¹⁴ “One cannot substitute case study for *qualitative, ethnographic, process-tracing, holistic, naturalistic, diffuse, or triangulation* without feeling that something has been lost in translation.”

kulturalaz haraindi, oro har beste sistema sozial batzuetarako inplikaziodun deskribapen, eredu edo tipologiak bilatu ohi dira, esplizituki edo inplizituki. Zentzu horretan kasu asterketak “nola” edo “zergatik” bezalako galderei erantzuteko, ikerlariak gertaeren gaineko kontrol gutxi daukanean eta ikergaiaren fokoa bizitza errealaren eremuko fenomeno garaikide batean dagoenean aukeratu ohi dira ikerketa estrategia bezala (Yin, 2003).

Hammersleyk jaso bezala kasu azterketa terminoa, XX. mende hasierako Amerikako Estatu Batuetan norbanako, talde edo erakunde bati buruzko xehetasun handiko eta erlatiboki egituratu gabeko informazioa bildu eta aurkezteari zegokion funtsean, oro har eragilean kontaketa bera barne harturik (Hammersley, 2005: 90). Ordukoa da baita estatistikaren eta kasu azterketaren arteko lehia. Bien arteko bereizketa edo amildegia oso modu grafikoa adierazi eta azpimarratu zuen William Fielding Ogburn amerikar soziologoak iragan mendeko hirugarren hamarkadan:

Ezagutza eta ulermena banaketa jarrai baten bi muturretan aurkitzen dira... Ezagutzaren probak fidagarritasuna eta zehaztasuna dira. Zientifikoki formatu gabeko pertsona bat denbora luzez bizi daiteke beste pertsonen ondoan eta haien nahiko ulermen ona izan haien buruz; baina nekez deituko genioke zientzialaria. Harena ez litzateke zientzia deritzogun ulermen zehatz, sistematiko, besterengarri hori.⁴¹⁵ (Ogburn, 1932: 5)

Hurrengo orrialdeetan ikusiko dugunez, ibilbide luzea egin duten arren gauzak ez dira hainbeste aldatu, kasu azterketaren eta hurbilketa estatistikoaren artean. Bereizketa eta lehia hau zenbaterainokoa den eta muga eta abantailen ikuspegitik irakurrita kasu azterketek zer eskaini dezaketen aztertuko dugu jarraian.

4.2.4.2. KRITIKAK ETA MUGAK

Kasu azterketaren ideiak, ikerketa kualitatiboaren eta kuantitatiboaren paradigmen arteko gatazka gorpuztu du historikoki, gaizkiulertze eta aurriritzi ugari bilduz bere inguruan. Hala, alde batetik kasu kopuru txiki bat sakonean aztertu edo kasu kopuru handi bat inkesta bidez gainbegiratzeko hurbilketak kontrako posizio bezala agertu izan dira behin eta berriro. Bestetik biztanleriaren lagin batetik abiatuta orokortzea⁴¹⁶ eta bestetik kasu kopuru mugatu

⁴¹⁵ “Knowledge and understanding are at opposite ends of a continuous distribution. ...The tests of knowledge are reliability and accuracy, not understanding. ...A person, untrained scientifically, may live for a long time among other people and come to have a pretty good understanding of them; yet he would scarcely be called a scientist. His understanding would not be of that accurate, systematic, transferable kind called science.”

⁴¹⁶ Finean lagin estatistiko baten helburua biztanleria zabalago baten elementuak agerian uztea da.

batetatik printzipio eta arauak eratortzeko aukera nahastu dira (Hammersley, 2005). Bi nahasketa hauek sarri “aurkaria” deslegitimatze bide bezala erabili dira, ikerketa esparru eta ardura ezberdinei ekiteko abiapuntu osagarri baino.

Positibismo soziologikotik kasu azterketari izaera anekdotikoa (hau da, ez duela beste metodo serioagoen aurkikuntzak ilustratu edo adibidez hornitzeko baino balio) eta estandarizatu gabeko deskribapenak eskaintzerakoan orokortzea ez ahalbidetzea leporatu izan zaizkio batez ere (Given, 2008). Bestela esanda, “kasuan oinarritutako” ikerketa ez dela “aldagaietan oinarritutako” ikerketa bezain zientifikoa. Bent Flyvbjerg daniar geografo ekonomikoak irmo eutsi dio kasu azterketan oinarritutako ikerketaren zientifikotasunari, “Kasu azterketa ikerketari buruzko bost gaizki ulertu” artikuluan⁴¹⁷. Bertan kasu azterketari egiten zaizkion kritika nagusiak bost "gaizkiulertu" nagusitan identifikatu eta banan banan desarmatuko ditu (Flyvberg, 2004):

Ezagutza teoriko orokorra (testuinguru zehatzari lotzen ez zaiona) ezagutza zehatz, praktikoa (testuinguruari lotutakoa) baino baliotsuagotzat hartzean datza lehen gaizkiulertzea, giza eta gizarte aferetan ez baitago (eta ziurrenez ezin da egon) teoria prediktiborik, ez eta unibertsalik ere. Bestalde, gizakiok kasu eta adibide zehatzak behar ditugu edozein jardueratan hasiberri izatetik aditu izatera heldu ahal izateko. Hortaz faltsua da kasu azterketek ezagutzarako bigarren mailako sarbidea eskaintzen dutela, kasuak giza ikasketa prozesuaren eta benetako trebeziaren muina dira eta “Testuinguruaren arabera ezagutza eta esperientzia adituen jardueraren bihotz-bihotzean daude (...) soilik kasuekin lotutako esperientziatik igaro gaitezke hasiberri izatetik aditu izatera”⁴¹⁸ (Flyvberg, 2004: 421). Hartara testuinguruaren arabera ezagutza ez da soilik baliaduna: ezagutza praktikoa, (existitzen ez diren) halako unibertsal ez kontingenteen bilaketa baino baliotsuagoa da.

Bigarren gaizkiulertzea orokortzeko gaitasunari dagokio: Kasu bakarretik ez omen dago orokortzerik, eta hortaz kasu azterketak ezin dio garapen zientifikoari ekarpenik egin. Flyvbjergek Galileoren ustezko Pisako dorrearen esperimentua dakar gogora, non luma bat eta berun zati bat erortze utzi zituen Aristoteleren grabitatearen legea faltsutzeko. Ondo aukeratutako kasuek orokortzeko aukera zabalak eskaintzen dituela gogoratzen du ikerlariak, eta orokortze formala garapen zientifikorako iturri bezala gainbaloratuta daudela, adibideak ezagutza eraiki eta sendotzeko duen indarra azpibalaratuta daukagun artean.

⁴¹⁷ “Five misunderstandings about case-study research.”

⁴¹⁸ “Context-dependent knowledge and experience are at the very heart of expert activity (...) is only because of experience with cases that one can at all move from being a beginner to being an expert .”

Hirugarren gaizkiulertzeak kasu azterketa hipotesiak sortzeko egokia dela, baina hipotesiak egiaztatu eta teoria eraikitzeke beste metodo batzuk egokiagoak direla planteatzen du. Berriro ere laginketa eta kasuen aukeraketa estrategikoan dago neurri handi batean gakoa: "... kasu tipikoa edo batez bestekoa sarri ez da informazioan aberatsena. Kasu atipiko edo muturrekoek sarritan informazio gehiago agertzen dute, eragile eta oinarritzko mekanismo gehiago aktibatzen dituztelako ikertutako egoeran"⁴¹⁹ (Flyvberg, 2004: 425). Hortaz, kasu azterketak hipotesiak sortu eta egiaztatzeke ez ezik (Galileoren frogan adibidez), teoria eraikitzeke ere baliagarriak direla azpimarratuko du (Freuden Otso-gizona eta Foucalten Panoptikoa kasu).

Laugarren gaizkiulertze bat kasu azterketak ikerlariaren aurriritziak baieztatzeke joera agertzen duela, eta partziala delakoaren kritikan aurkitzen du Flyvbjergek. Haren ustez partzialtasun eta subjektibotasuna ikerketa modu guztietan agertzen dira, baina kasu azterketek bizitza errealeko egoerekin hurbiltasuna izatearen abantaila dute, fenomenoak aztertzerakoan. Honek praktikan kasu azterketak aurriritziak faltsutzeke joera agertzen du: hasierako hipotesiak baztertuz, kategoriak birformulatuz. Bestela esanda, kritikatzeko zaionaren justu kontrakoa egin ohi du kasu azterketan murgiltzen duen ikerlariak, aurriritzi eta partzialtasunaz libro ez bada ere, berauek behin eta berriro birplanteatu, baztertu eta birformulatzeko joera izaten baitu, edozein fenomenoren behaketa zorrotzak hala eskatzen duelako.

Azken gaizkiulertzeak dio zaila dela teoria eta proposamen orokorrak garatzea kasu azterketa zehatzetatik abiatuta. Bestela esanda, sintesia burutzea zailtzen duela kasu azterketak ekarri ohi duen xehetasunez betetako deskribapen eta narrazioak. Flyvbjergek onartzen du narrazioa bera laburtzea zaila izan daitekeela, baina aldiz narrazioak indar berezkoa duela ere aitortu beharrekoa dela dio. Azken batean, "Narrazio on bat amaitzerakoan, pentsaezina behar luke entzuleak 'eta zer?' galdetzea"⁴²⁰ (Flyvberg, 2004: 431). Kasua bera ezagutzeak dakar sarri ezagutzan aurreratzea eta ikasketa, ez dago ibilbide hori laburtzerik edo saihesterik. Aurretik ere aipatu dugun bezala, mapa ez da lurraldea⁴²¹, eta kasu azterketak sarri "fenomenoak lehen eskutik esploratzea dakar, haiei buruzko mapak irakurri beharrean"⁴²².

Flyvbergekin kasu azterketari egin ohi zaizkien salaketa ohikoenak kritikatzeko ditu, abiapuntu metodologikoaren errealitatean baino aurriritzietan oinarritzen direla eta

⁴¹⁹ "... the typical or average case is often not the richest in information. Atypical or extreme cases often reveal more information because they activate more actors and more basic mechanisms in the situation studied."

⁴²⁰ "When a good narrative is over 'it should be unthinkable for a bystander to say 'so what'."

⁴²¹ Ikus Kasu azterketaren abiapuntua.

⁴²² "... implies exploring phenomena first hand instead of reading maps of them."

sasizientifikotasunaren susmoa oinarririk gabekoa dela frogatuz. Haren ustez, lezioa argia da: N handiko eta N txikiko metodologiak osagarriak dira, Gehienetan metodo kualitatibo eta kuantitatiboen uztarketa izan ohi da ikerketaren erronkei erantzuteko modurik onena, abiapuntu bakoitzak bere abantailak baitauzka: “Lagin handien abantaila zabaltasuna da, arazoa sakonera den bitartean. Kasu azterketarentzat egoera alderantzizkoa da. Ikuspegi biak dira beharrezkoak gizarte zientziaren garapen sendo batetarako”⁴²³ (Flyvberg, 2004: 432).

Eztabaida metodologiko orokorretatik aldendu eta ikerketa praktikora gehiago hurbilduta berriz, Heather eta Phil Hodgkinsonen ustez kasu azterketak baditu aitortu beharreko zenbait muga. Zortzi arazo edo muga nagusi proposatzen dituzte (Hodkinson & Hodgkinson, 2001):

1. Analisi erraza egiteko datu gehiegi eskaini ohi dute. Zailtasuna, neurri handi batean, kanpoan zer utzi erabaki beharretik dator, dena aurkeztea ez baita aukera bat.
2. Eskala handian burutzeko oso hurbilketa garestia da. Kasu azterketan datuak jasotzeak denbora asko eskatzen du, eta are gehiago oaindik datu hauek aztertzeak. Konparatiboki, inkesta bat merkeagoa da, eta ahalegin txikiagoa eskatzen du datuak aztertzeke.
3. Aurkitu eta behatutako konplexutasuna modu sinplean adieraztea zaila izan ohi da. Ikertutako fenomenoek eta jasotak datuen aberastasunak eta dimentsio aniztasunak erronka bihurtzen du emaitzak modu eraginkorrean aurkeztea, sarri errealitatea laburgaitza baita.
4. Ez dira zenbakizko adierazpena egokitzen. Zenbaketak kategoria itxiak eskatzen ditu, eta kasu azterketan kategoria berdefinitu, gainezarri eta problematizatu egiten dira sarri.
5. Ez dira orokortzaileak zentzu tradizionalen. Kasu azterketak, definizioz, idiosinkratikoak dira, ez tipikoak (kasu tipikoak direnean ere, bereziak dira horrexegatik). Bestalde, datuak nagusiki ez-zenbakizkoak direnez, zaila da oso zein neurritaraino biztanleria edo unibertso handiagoaren adierazgarria den zehaztasunez jakitea.
6. Ikerlariaren esperientzia eta intuizioak adierazpidea dutenean dira indartsuen, baina honek hurbilketa “objektibotasuna” zalantzan jartzen du. Datuak bildu eta aztertzerako orduan berebiziko garrantzia du ikerlariak, eta interpretazioa (datuak biltzeko eta datuetatik abiatuta burutzen den eraikuntza hori) hasieratik amaierara mahai gainean jartzen den elementua da. Ikerketa prozesua subjektuz josita dagoenez (parte hartzaileetatik hasi eta ikerlariarenganaino), eta hartutako erabaki

⁴²³ “The advantage of large samples is breadth, while their problem is one of depth. For the case study, the situation is the reverse. Both approaches are necessary for a sound development of social science”

guzti-guztiak gardentasun osoz aurkeztea ere ez denez posible, emaitzak, ez dira sekula “objektiboak” izango,

7. Darameten mezua gustuko ez dutenek erraz bazter ditzakete. Politikagile eta erabaki hartzaileek ikerketa orokortzaile klasikoak baino errazago bazter ditzakete sarri, “lagina txikiegia da” edo “ikerketa partziala da” bezalako argudioekin.
8. Garrantzitsuak diren ikerketa galdera askorentzako ez dira egokiak. Kasu azterketak ez dira panazea unibertsal bat, eta ez dira besterik gabe edozein egoeratarako egokiak, ez eta ikerketa galdera guztiei erantzuteko aukerarik onena ere.

Behin Kasu azterketak planteatzen dituen muga eta arazoak zerrendatuta, aurkezten dituen abantailak aipatuko ditugu hurrengo lerroetan.

4.2.4.3. ABANTAILAK

Kasu azterketari beste estrategia metodologikoetatik egin izan zaizkion kritikak eta planteamenduaren baitatik bertatik ikusten diren muga orokorrak identifikatuta, kasu azterketak hurbilketa metodologiko bezala eta ikerketa-abiapuntu bezala eskaintzen dituen abantailak eta aukerak aztertzeke unea da.

Esan bezala, kasu azterketak “nola” eta “zergatik” galderei erantzuten saiatzeko planteatu ohi dira, ikerketa esplikatioak burutzeko aukera zabalak eskaintzen dituztelako⁴²⁴, baina ikerketa esploratorioak eta deskribatzaileak ere ahalbidetzen dituzte hein berean (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2007; Yin, 2003). Kasu azterketak ikasketa eta aurkikunde prozesuekin lotuta agertzen dira literaturan, ezagutza zientifikoaren historiatik nolabait baztertuta⁴²⁵, baina aldi berean estu lotuta. Hans Eysenck-ek esana da, “batzuetan begiak zabalik mantendu eta banako kasuei kontu handiz erreparatu behar diegu soilik, ez ezer frogatzeko esperantzan, baizik eta zerbait ikasteko itxaropenarekin!”⁴²⁶ (Eysenck, 1976: 9). Hodgkinson eta Hodgkinsonek sei abantaila aipatzen dituzte kasu azterketarekin harremanean (Hodgkinson & Hodgkinson, 2001: 2-8):

1. Elkar-harreman konplexuak ulertzen lagun diezagukete. Tamaina txikiko laginekin lan egiteak ikergaiaren azterketan xehetasun eta sakontasun handia ahalbidetzen du. Hala, eragile eta testuinguru ezberdinen arteko hartuemanen konplexutasuna jaso daiteke.

⁴²⁴ Ikus “Ezaugarriak: zer da eta zer ez da Kasu Azterketa?”

⁴²⁵ Ikus aurreko atalean Kritikak eta mugak.

⁴²⁶ “... sometimes we simply have to keep our eyes open and look carefully at individual cases - not in the hope of proving anything, but rather in the hope of learning something!”

2. Bizitako errealitatean ⁴²⁷ errotuta daude. Norbanako, talde eta erakundeen esperientzia hartzen dituzte langai, eta eguneroko zentzuen arrastoak jasotzeko aukera zabaltzen dute.
3. Ustekabekoa eta ezohikoaren miaketa errazten dute. Aurreko bi ezaugarriak kontuan hartuta, kasu azterketak ikerketa prozesu bezala beti irekita daudela esan daiteke: aldagai berriak kontuan hartzea, eta ikerketaren arazoa bera birformulatzea ahalbidetuz. Honetaz gain, kasu azterketek ohikoak edo tipikoak ez ezik ezohikoak edo atipikoak ere har ditzakete aztergai.
4. Ezaugarri idiosinkratikoen garrantzia azaleratzen lagun dezakete, batez ere kasu ezberdinak elkarrekin alderatzean. Kasu ezberdinen arteko berdintasun eta ezberdintasunak identifikatzeko eta testuinguru zehatzak elementu hauengan duen eragina aztertzeko balio handikoak dira beraz.
5. Harreman kausalen baitako prozesuak erakus ditzakete. Faktore eta aldagaien arteko korrelazio estatistikotik haratago joatea ahalbidetzen dute, eraginen zer-nolakoak argituz eta azaltzen lagunduz. Hortaz, eredu esplikatiboak osatzeko bereziki interesgarriak dira, eta aldi berean aurrerapen eta berrikuntza teorikoa bultzatzen ditzakete, azaleko harreman kausalak problematizatuz eta ezkututzen dituzten arrazoi ez hain agerikoak azaleratuz.
6. Garapen kontzeptual/teoriko aberatsa ahalbidetzen dute. Aurreko bost ezaugarrien ondorio logikoa da kasu azterketek garapen teorikorako eremu emankorra eskaintzen dutela: “Aurretiazko teoriak errealitate konplexuen aurka ekarri daitezke, eta datuen aberastasunak berak lagundu dezake pentsamendu eta ideia berriak sortzen” ⁴²⁸ (Hodkinson & Hodkinson, 2001: 7)

Laburbilduz, kasu azterketak “bizitako errealitatearen” konplexutasun eta aberastasuna kontuan hartuta ikergai bat sakonean aztertzeko aukera zabaltzen digu, eta bereziki erabilgarria da aurrerapen teorikoak proposatzeko. N handiko ikerketekin alderatzerako orduan sarri agertzen den abantaila da azken hau. Izan ere hurbilketa estatistikoak kontzeptu teoriko berrien helmen enpirikoa kontrolatzeko oso erabilgarriak diren arren, oro har berrikuntza handienak kasu azterketetatik etorri izan dira giza eta gizarte zientzietan, baita natur zientzietan ere (Blatter, 2008).

Edozelan ere komeni da gogoratzea berrikuntza teorikorako gaitasunaz gain (zein egun ez den zalantzan jartzen) hipotesiak eta teoriak egiaztatu edo ezeztatzeko ere erabilgarriak direla kasu azterketak. Ecksteinek jaso bezala kasu azterketak “teoria eraikitzeko

⁴²⁷ “lived reality” jatorrizkoan.

⁴²⁸ “Existing theories can be brought up against complex realities, and the very richness of the data can help generate new thinking and new ideas.”

prozesuaren fase guztietan dira baliotsuak, baina batez ere baliotsuak dira baliorik txikiena eman ohi zaien teoria eraikitzearen fasean: hautagai diren teoriak testatzerako orduan”⁴²⁹ (Eckstein, 1975: 80). Kasu azterketak beraz ez daude ikerketa mota batetara edo teoriaren eraikuntzaren fase bakarrera mugatuta, helburu eta prozesu ezberdinetara moldatu daitezke.

Ezberdintasun nagusia ikuspegi estrategikoan dago: ikerketa kuantitatibo eta positibistetan hurbilketa *aldagaien zentratua* bada, kasu azterketak –izenak berak dioen bezala- *kasuan zentratutako* hurbilketa proposatzen du, xehetasun osoko behaketa, eta prozesua beraren dokumentazioa eta azterketa datu iturri bezala hartuta, sakoneko elkarriketa, eztabaida talde eta diskurtso analisien bidezko landa lanaz gain. Deskribapen lodia⁴³⁰ da hurbilketa mota honetarako erabiltzen den teknika ezagunenetariko bat.

Deskribapen lodi edo trinko honek ikerlariak irakurleari xehetasunez betetako kontaketa osoa eskaintzen diola esan nahi du (testuinguru, parte-hartzaile eta azterketaren diseinuari dagokionez), irakurleak bere erabakiak har ditzan. Ikerlariak parte-hartzaileekin eta haien testuinguruarekin izandako hartuemanen kontaketa zuzen eta zehatza behar-beharrezkoa da parte-hartzaileek esandakoaren ondorio eta zentzua ondo igortzeko, ironia darabiltenean, hitz jokoetan... Kasu azterketak, zer esanik ez, deskribapen lodi hauek osatu ahal izateko baliabide eta tresna funtsezkoak dira. Harreman sinbiotikoa dagoela esan genezake, kasu azterketek deskribapen lodiaren abantailak baliatzen baituzte, eta deskribapen lodiak kasu azterketen behaketa sakon eta biziaz elikatu daitezke.

Finean, biek marrazten dute lan honetan kasu azterketen aldeko abantaila nagusienetarikoa izan daitekeena: metodo estatistikoek ez bezala, ekintza eta jardunaren – zentzu zabalean, lan honetan bizipena eta esperientzia baitira ikergai- alde subjektiboa –ikerlariaren ibilbidearena barne- dokumentatzen eta deskribatzen dute , haien inguruko ezagutzan aurrera egitea ahalbidetuz.

Herbert Blumerrek esana da kasu azterketek estatistikoak ez diren orokortzeak ahalbidetzen dituztela, eta horrexegatik beragatik direla baliotsuak (Blumer, 1930). Kasu azterketek estatistikek ondo egiten dutena egitea eskatzea errakuntza da, estatistikari kasu azterketak ondoen egiten duena egitea den bezala. Bi hurbilketa ezberdin, errealitateari buruzko ezagutzan aurreratzeko bi modu ezberdin eta osagarri eskaintzen dizkigute.

Behin kasu azterketaren abantaila eta indarguneak azalduta, ikerketa honi begira ahalik eta onura handiena eskaini dezakeen planteamendua proposatuko dugu ondoren.

⁴²⁹ “...are valuable at all stages of the theory-building process, but most valuable at that stage of theory-building where least value is generally attached to them: the stage at which candidate theories are tested.”

⁴³⁰ “Thick description” ingelesez.

4.3. TEKNIKA METODOLOGIKOAK ETA GIDOIA

Ikerketan parte hartu duten pertsonen telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien berri izateko, hau da, aztergai izan ditugun kasuen inguruko datu bilketa burutzeko bi teknika metodologiko erabili dira: eztabaida taldeak eta sakoneko elkarrizketak.

Ondorengo lerroetan orain arte jorratutako adin ezberdinetako Bizkaiko herritarren telebistarekin lotutako aisiazko harremanei buruzko kontakizunak jasotzeko burutu den landa lan enpirikoan erabili diren bi teknika hauek azalduko ditugu.

4.3.1. EZTABAIDA TALDEAK

Eztabaida taldeak⁴³¹ informazioa lortzeko moderatzailearen eta parte-hartzaileen artean burutzen den eztabaida prozesua du helbide, eta taldekideentzat garrantzitsua eta adierazgarria ezagutzea helburu. Planteamendu gisa, errealitate soziala ezagutzeko taldearen baitan sortzen den komunikazio prozesua erabakigarritzat hartzen du (Gaitán & Piñuel, 1998), eta parte-hartzaileen arteko elkarrizketaz baliatzen da datuak sortzeko (Kitzinger, 1995). Bereziki interesgarria zaigu hortaz, adin-taldeek telebistarekin dituzten aisiazko harreman eta esperientzien berri izateko, taldearen baitako elkarrizketa eta eztabaidak bultzatzen baititu, partehartzailearen arteko hartuemanak bultzatuz eta norberaren eta taldearen diskurtsoa azalerazi eta antolatzea erraztuz.

Eztabaida Talde edo Focus group-en oinarritzko ideia ikergaiaren azterketarako esanguratsuak diren aldagaien arabera pertsona kopuru txiki bat aukeratu eta aurrez zehaztutako gai batzuen inguruan eztabaida sorraraztea da. Parte-hartzaileen aukeraketa ez da biztanleria osoaren ezaugarriak ordezkatzen dituen lagin baten bidez egiten, baizik eta aztertu nahi den fenomenoarentzat esanguratsuak diren aldagaien arabera, eta laginketa teorikoaren bidez⁴³². Talde elkarrizketa soilak izateaz urrun – non parte-hartzaile guztiek elkarrizketatzailearen galderak banan-banan erantzutea bilatuko litzatekeen-, eztabaida taldeetan moderatzaileak aurkeztutako gai eta galderen inguruan parte-hartzaileen arteko eztabaida bultzatzen da (Knodel, 1995). Bestela esanda, parte-hartzaile eta ikerlariaren arteko harremana bezain garrantzitsua, edo garrantzitsuagoa da parte-hartzaileen artean ematen den harremana.

⁴³¹ Focus group ingelesez.

⁴³² Ikus Planteamendua eta Kasu-aukeraketa.

Abantaila ugari eskaintzen ditu gizarte-ikerketa teknika honek, baina ikerketa lan honi dagokionez bi azpimarra daitezke. Batetik, norbanako parte-hartzaileen mailan telebistarekiko harremanaren inguruan hausnarketa sustatzen du, taldeak pizgarri eta zirikatzaile lana egin baitezake, ideia eta posizio ezberdinak agerraraziz: “Partaide batek egindako iruzkinek beste baten gaiari buruzko gogoetak sustatu ditzake, eta hitzezko erreakzioak eragin”⁴³³ (Knodel, 1995: 8) Hala eguneroko ohitura eta jardueri buruz (zeinak sarri esplizitatu eta hitzez adierazi gabeak izaten diren) modu kontzientean hausnartu eta hitz egiteko aukera eskaintzen du. Norbanakoen telebistarekin lotutako aisiazko harreman eta esperientzia ezberdinak azaleratu eta adierazte aldera abantaila garrantzitsua da hau.

Bestetik, adostasun eta ezadostasunak azaleratzeko agertzen duen gaitasuna dela eta talde mailako hausnarketa, adostasun eta kontsentsuak eraikitze egokia izan daiteke, nolabait kolektiboagoak edo negoziatuak izan daitezkeen esanahiak eraikitze aukerak irekiz. Oso interesgarria da aukera hau belaunaldien partaidetza eta perspektibak esploratzeko, batez ere talde eta norbanakoek “haintzat garrantzitsuak diren gaiak miatzeko, haien hiztegia erabiliz, haien galderak sortuz eta haien lehentasunak jarraituz”⁴³⁴ (Kitzinger, 1995: 299) ikerlariarekin batera ikergaia esplora dezaten. Belaunaldi ezberdinen eta berauetako partaideen aisiazko bizipenak ikertzeko aukera nabarmenak eskaintzen ditu teknika metodologiko bezala.

Eztabaida taldeak agertzen dituen muga edo desabantaileri dagokienez, lehenengo eta behin eskatzen duen ahalegina eta dedikazioa aipatu behar dira: diseinua, taldeen antolaketa, saioak burutzea, grabaketa, transkribapena, datuen azterketa. Hasiera batean uste zena baino askoz denbora eta lan gehiago eraman dezake Eztabaida Taldeetan oinarritutako landa lan batek. Bestetik, tabu sozialak edo gai pertsonalegiak tratatzeko ezegokia suera daiteke. Gai mingarri edo lotsagarriei buruz hitz egiterako orduan ez du beharrezkoa den pribatutasuna eta intimitaterik eskaintzen. Anonimotasuna ere ezin da erabatekoa izan, dinamika taldean burutzen den heinean. Azkenik, ikerlariaren presentziak ikergaiarengan eragina izan dezake, moderatzailea eztabaida saioan zehar presente baitago. Ez da berez desabantaila bat, giza eta gizarte zientzien baldintza orokorra baino: natur zientzietan ez bezala, giza zientzietan behatua denak behatua dela daki, eta hala bere jokabidea aldatzen du. Hori jakinda, eragin hau kontrolatu, kontuan hartu eta esplizitatzeko ahalegina eskatzen du teknika honek.

⁴³³ “Comments by one participant can stimulate others’ thoughts about the topic and lead to verbal reactions by them.”

⁴³⁴ “...to explore the issues of importance to them, in their own vocabulary, generating their own questions and pursuing their own priorities.”

Abantaila eta desabantailekin, ikerketa honen oinarria hein handi batean adin tarte ezberdinetako eztabaida taldeek osatzen dute. Are gehiago, tesi honen abiapuntu teoriko eta metodologikoa bera ondo jasotzen dituen teknika dela esan liteke, baita bere indargune eta ahulguneetan ere. Izan ere, eztabaida taldeek parte-hartzaileen berauen telebistarekiko aisiazko harremanen inguruko diskurtsoak aztertzea izan dute helburu, taldeak elkarren artean alderatzeko. Talde hauek aztergai diren lau adin-taldeetara arabera eratu dira (18 eta 34 urteren artekoak, 35 eta 49 urteren artekoak, 50 eta 64 urteren artekoak eta 65 urtetik gorakoak), perfil ezberdinak barne hartzeko ahalegin berezia eginez⁴³⁵.

10. IRUDIA: ADIN TALDEAK (ADIN TARTEEKIN)

 B - Gazteak (18-34)

 B - Helduak 1 (35-49)

 B - Helduak 2 (50-65)

 B - Nagusiak (>65)

Iturria: norberak egina

Bederatzi eztabaida talde homogeneo (adin-talde berekoak) eta heterogeneo bi (adin-talde ezberdinetakoak) burutu dira Bizkaiko hiri eta herri ezberdinetan. Talde heterogeneoak pretest bezala erabili dira, lehenengoa gidoia osatzeari begira, eta bigarrena talde dinamika frogatzeari begira. Haietariko bat (Bilbo) azterketatik kanpo gelditu da, gaztelaniaz burutu zelako, eta gidoia oraindik ondo zehaztu gabe zegoelako. Bigarrena (Algorta) azterketan sartu da, informazio aberatsa eskaintzeaz gainera adin-talde ezberdinetako parte-hartzaileak elkarrekintzan aztertzeko aukera eskaintzen duelako.

Eztabaida talde heterogeneoek perspektiba ezberdinen agerpena maximizatzeko ahalera agertzen duten arren (Kitzinger, 2005) adin-talde eta belaunaldien artean telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien berdintasun eta ezberdintasunak identifikatu eta alderatze aldera talde homogeneoak osatzearen alde egin da azkenean. Hala, adin-taldeetako esperientzia eta erreferentzia elkarbanatuak jaso eta identifikatzeko aukera baliatu izan da. Perspektiba aniztasunari dagokionez, jada aipatutako Eztabaida Talde pilotuaz gainera, kasu kritiko bezala identifikatutako pertsonekin sakoneko elkarriketak burutu dira, modu osagarrian. Ondorengo orrialdeetan azalduko ditugu teknika honen nondik norakoak.

⁴³⁵ Laginketa irizpideei buruz, ikus "Planteamendua eta kasu-aukeraketa."

4.3.2. SAKONEKO ELKARRIZKETAK

Sakoneko elkarrizketen bidez ikus-entzule jakinen telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak sakontasun handiagoz ezagutu eta lantzea bilatu da ikerketan. Izan ere, esperientziez, bizipenez ari garen heinean, ezin azter daitezke kanpo-neurketa hutsez. Ruiz Olabuenagak jaso bezala “Sakoneko elkarrizketa elkarrizketatzailearen ezjakintasun kontzientetik sortzen da, zeinek, norbanakoek haien ekintzei ematen dieten zentzua ezagutzen duela suposatzen urrun, interesatuei eurei galdetzeko konpromisoa hartzen duen, hauek haien terminoetan adieraz dezaten, esanahiaren aberastasuna harrapatu ahal izateko besteko sakontasun nahikoarekin”⁴³⁶ (Ruiz Olabuénaga, 1996: 171).

Elkarrizketatuei, hartara, informazio hutsa eskaintzea baino gehiago, esanahia eraikitzea, zentzua lantzea eskatu zaie sakoneko-elkarrizketan, esangura hauen ekoizpen prozesuaren lekukotza jasotzea ahalbidetuz. Zentzu horretan sakoneko elkarrizketak, eztabaida taldeek baino areago, parte-hartzailearen benetako parte-hartzea eskatzen du. Anneke Meyerrek esan bezala “Elkarrizketek sakonera, foku, irismen eta egituratze maila ezberdinak izan ditzakete, baina ideia(l) komun bat dute azpian, elkarrizketek giza munduaren ezagutza sakon eta konplexuak sortzen dituztela, ikerketako parte-hartzaileen esanguretan zentratuz eta haien bizi-munduekin elkarrekintzan jardunez”⁴³⁷ (Meyer, 2008: 70). Bestela esanda, subjektuak, sakoneko elkarrizketa baliogarri izan dadin, subjektu izan behar du, ez objektu.

Hori dela eta, elkarrizketatuta lasai eta eroso aurkitzeaz gainera (zein neurri batean elkarrizketatzailearen esku egon daitekeen) motibatuta egon behar da, bere barne-bizipen eta istorioen berri emateko. Behartuta edo konpromisoz egindako elkarrizketek ez dute teknikak eskaintzen dituen sakontasun eta aberastasunerako aukeretaz baliatzerik ahalbidetzen. Informazio iturri soil izatea baino gehiago eskatzen zaio elkarrizketatuari; norbere bizi-munduaren eta esanahien berri diskurtsoan antolatzea eskatzen zaio.

Ikerketa teknika bezala dituen abantaila espezifiko gisa bi pertsonaren arteko (ez baita talde-dinamika bat, eztabaida taldean bezala) hartuemanean oinarritzerakoan ahalbidetzen duen intimitatea eta ikergai diren aferaren inguruan sakon eta lasai hitz egiteko aukera azpimarra daitezke. Sakoneko elkarrizketak elkarrizketatuaren barne-mundura hurbiltzea eta ikergaiari buruzko bere interpretazioak ezagutzea ahalbidetzen ditu, ziurrenez beste edozein teknikak

⁴³⁶ “La entrevista nace de una ignorancia consciente por parte del entrevistador quien, lejos de suponer que conoce, a través de su comportamiento exterior, el sentido que los individuos dan a sus actos, se compromete a preguntárselo a los interesados, de tal modo que éstos puedan expresarlo en sus propios términos y con la suficiente profundidad para captar toda la riqueza de su significado.”

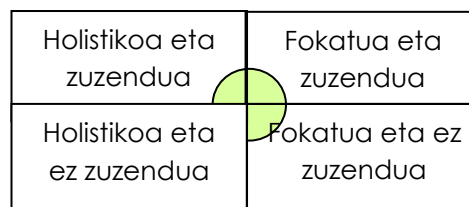
⁴³⁷ “Interviews vary in terms of depth, focus, scope and degree of structure, but there is a common underlying idea(l) that interviews produce indepth and complex knowledge of the human world by focusing on meanings and interacting with research participants and their life-worlds.”

baino modu eraginkorragoan. Gainera, denbora laburrean (ordu-bete, ordu eta erdiko tartean) informazio asko jasotzeko aukera ematen du, kostu erlatiboki txikiarekin⁴³⁸.

Desabantailei begira jarrita berriz, berriro ere ikerlariak ikertuarengan izan dezakeen eragina (ezeroso edo intimidatuta sentiaraztea, erantzun zuzenak emateko gogoia piztea.) aipatu behar da, baita ikerlariak elkarriketatuarekiko duen menpekotasuna ere, harena baita saioaren protagonismoa finean. Sakoneko elkarriketaren arrakasta hortaz elkarriketatu eta elkarriketatuaren arteko interdependentzian oinarritzen dela esan daiteke: elkarriketatzaillearen ardura da elkarriketatutak bere jarduna eroso egin ahal izatea ahalbidetzea.

Sakoneko elkarriketaren lau tipo ideal proposatu izan dira (Juaristi Larrinaga, 2005: 142) bi ardatzen inguruan: elkarriketaren orokortasun/partikularitasun mailaren arabera holistikoa (gai ugariak) / fokatua (Gai bakarrekia) eta elkarriketatzailleak ezartzen duen kontrol mailaren arabera zuzendua (gidoia jarraituz) / ez zuzendua (libre). Gurean mota ideal hauen arteko konbinaketa argiaren alde egin dugu: gai orokor baten inguruko (telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak) gai ezberdinez osatutako gidoi malgu eta ez-sekuentziala osatuz⁴³⁹. Hala, batez ere fokatu eta zuzenduak izan diren arren, holistiko eta zuzendu eta fokatu eta ez-zuzenduaren ezaugarriak ere agertu dituzte artean kokatu direla burututako sakoneko elkarriketek:

11. IRUDIA: ELKARRIZKETA TIPO IDEIALAK ETA LANDA LANAREN ERREALITATEA.



Iturria: Norberak moldatua (Juaristi Larrinaga, 2005)

Eztabaida Taldeen kasuan bezala, perfil zehatzak bilatzea izan da helburu lana lanean, biztanleria osoaren ordezkatzeko baino, telebistarekiko aisiazko harreman eta esperientzia ezberdinen adierazgarri izan zitezkeen pertsonak bilatuz eta kasu kritikoak izan daitezkeenak identifikatuz, adina, sexua, bizilekua eta komunikabideen erabilera kontuan hartuta. Sakoneko elkarriketek norbanako esanguratsuen kasuak sakonean ezagutzea ahalbidetu digute, belaunaldi ezberdinen artean ager daitezkeen ezberdintasunetan

⁴³⁸ Transkribapen eta azterketa denborak ere kontuan hartu behar diren arren.

⁴³⁹ Ikus "Gidoiaren diseinua eta aplikazioa" atala.

Landa lanean bi teknika metodologiko baliatu badira ere, haien baitan eman diren bi une metodologiko ezberdinen arteko bereizketa egin behar da. Elkarriketen zein eztabaiden zati handiena ahoz gidatu eta jasotako elkartrukeen bidez burutu den arren, saio guztietan bigarren zati bat ere egon da, idatzizkoa. Azal ditzagun tarte baten eta bestearen ezaugarriak eta helburuak.

Landa lanean zehar gidoi orokor bera erabili da, bai Elkarrizketa Taldeetan zein Sakoneko Elkarriketetan, saioaren arabera gai ezberdinen ordena, egindako galderen kopurua eta zehaztasuna, erritmoa eta hizkera egokituz. Hurbilketa semi-egituratu hau gerora erabili diren bi kodeketa motatan islatzen da: kodeketa fokalizatuak gidoiaren kategoria orokorrak jaso ditu, eta kodeketa egituratzaileak landa lanean zehar ikerlariak egindako galdera zehatzak⁴⁴⁰.

```

graph TD
    Astia[Astia] -- "is associated with" --> Aldia[Aldia]
    Astia -- "is associated with" --> Aisia[Aisia]
    Aldia -- "is associated with" --> Aldia_Obj[ALDAGAI OBJEKTIBOAK]
    Aisia -- "is associated with" --> Aisia_Subj[ALDAGAI SUBJEKTIBOAK]
    Aldia_Obj --> Aisia_Subj

```

⁴⁴⁰ Ikus “Azterketa eta kodeketa-estrategia globala” atala.

9. taulan ikus daitekeen bezala bost bloke nagusitan banatu da gidoi orokorra: Sarrera edo aurkezpena, Aldia, Astia, Aisia eta Belaunaldiak. Guztira ordubete eta erdi eta bi orduren arteko saioak izan dira Elkarrizketa Taldeak, eta ordubete eta ordubete eta erdi ingurukoak sakoneko elkarrizketak.

9. TAULA: EZTABAIDA TALDE ETA SAKONEKO ELKARRIZKETETARAKO GIDOIA OROKORRA (GAI NAGUSIAK)

SARRERA

A. Ikertzailearen eta ikerketaren aurkezpena, grabatzeko baimena...

B. Parte-hartzaileen aurkezpen erronda.

1. ALDIA

- 1.1. Telebista Bai/ez: *Ikusten al duzu(e) telebistarik?*
- 1.2. Telebista (ikustearen) denborak: *Noiz, zenbat...*
- 1.3. Telebista kantitatea: *Asko, gutxi, lehen baino gehiago/gutxiago...*
- 1.4. Telebistaren tokiak: *Non ikusten duzu(e) telebista? Non daude telebistak etxean?*
- 1.5. Zein telebista(k): *Zein telebista kate ikusten dituzu(e)? Zein programa mota...*
- 1.6. Konpainia: *Norekin ikusten duzu(e) telebista? Zer egiten du, elkartu edo banandu?*
- 1.7. Aldibereko jarduerak: *Zer gehiago egiten duzue telebistaren aurrean?*
- 1.8. Telebistako Edukiak: *Zer ikusten duzu(e) gehien telebistan? (programa motak, programa zehatzak...)*
- 1.9. Arreta: *Zenbaterainoko kasua egiten diozu€ telebistari, piztuta dagoenean?*
- 1.10. Berba: *Hitz egiten duzue telebistari buruz?*
- 1.11. Zapping: *Zapping egiten duzue? Noiz? Nola?*
- 1.12. Telebistaren ondoko teknologiak: *DVD/Blu-Ray, internet...*
- 1.13. Telebista internet bidez: *Deskargak. Streaming.*
- 1.14. Telebista erosita (dvdan...): *Ikusten al duzue telebistarik erosita?*

2. ASTIA

- 2.1. Norberaren astia(Idia): *Egunean zenbat denbora daukazu(e) libre? Eta astean zehar?*
- 2.2. Astia eta telebista: *Duzu(e)n astialdiaren zein zati eskaintzen diozue telebistari ?*
- 2.3. Oporrak/lana: *Portzentaia hau urtean zehar aldatzen al da (oporretan, neguan, udan.)? Zergatik?*
- 2.4. Telebistaren denbora (astiarekiko) : *Nola deskribatuko zenukete telebistarekin ematen duzuen denbora? (Astialdia, aisialdia, denbora galtzea, denbora pasa.) Beste gauza batzuk egiteko denborarik kentzen al dizue?*

3. AISIA

- 3.1. Zer da telebista (ikustea)? Aldatu al da telebista? Eta telebista ulertzeko modua? Teknologiak eraginik izan al du (LTD, internet.). Telebista ikusteko modu berririk?
- 3.2. Onuragarri/kaltegarri: Ona da telebista ikustea? Kaltegarria da telebista ikustea? Zergatik? Kaltegarria denean ere ikusten al dugu?
- 3.3. Esperientziak/emozioak: Zein emozio eta sentsazio bizi ohi dituzue telebistarekin? (dibertsioa, curiositatea, asperdura, poza, haserrea, atsedena, amorrua.)
- 3.4. Telebistaren erabilerak/funtzioak: Zertarako balio du telebistak? Zertarako ez? Zertarako erabiltzen duzue?
- 3.5. Nola ulertu telebista? Nola definituko zenukete telebista hiru hitzetan?
- 3.6. TB ideiala: Nolakoa litzateke zuen telebista ideiala? Hurbil ala urrun dago egungo telebista honetatik?

4. BELAUNALDIAK

- 4.1. Belaunaldian partaidetza: *Belaunaldi baten parte sentitzen al zarete? Zeinena? Zein zentzutan? Ba al du eraginik honek telebistarekin dituzuen harremanetan?*
- 4.2. Belaunaldien arteko ezberdintasunak: *Zer espero dute belaunaldi ezberdinek telebistarengandik? Ba al da ezberdintasunik?*

Iturria: Norberak egina

4.3.3.2. ATAL IDATZIA: HURBILKETA EGITURATUA.

Kasu azterketaren muina ia-erabat kualitatiboa bada ere, hurbilketa metodologiko ezberdinen arteko uztarketa eta triangulazioa ahalbidetzeari begira neurraketa kuantitatiboagoak ere burutu dira landa-lanean. Hala, bai Sakoneko Elkarrizketetan eta baita Eztabaida Taldeetan ere, parte-hartzaile guztiei fitxa bera idatziz betetzeko eskatu zaie saioaren amaieran. Hiru zatitan banatu da parte-hartzaileen fitxa: Norberaren datu pertsonalak (aldagai sozio-demografikoak), telebistarekin harremana (aldagai objektiboak) eta jarrera edo iritziz eskala (aldagai subjektiboak).

Datu pertsonalen atalean parte-hartzaileei oinarritzko informazioa eskatu zaie (ikus 10. taula). Helburua, kasu aldakuntza maximozko laginketa ahalbidetzea da, adin eta sexu ezberdinetako parte-hartzaileak orekatu eta posible izan den heinean lanbide, ikasketa maila eta egoera zibil ezberdinetako parte-hartzaileen presentzia ziurtatuz egindako saio ezberdinetan. Fitxan jasotako datuek informazio baliotsua eskaini dute landa lanaren garapena zuzendu ahal izateko kasu berriak aukeratzeko orduan⁴⁴². Bestalde, azterketa osorako klabea izango den atributuzko kodeketarako ezinbesteko informazioa eskaintzen dute: parte-hartzailearen adina eta sexua alegia.

10. TAULA: DATU PERTSONALAK

Izen-abizenak
Adina
Sexua
Herria
Lanbidea
Ikasketa maila
Egoera zibila (ezkondua...)

Iturria. Norberak egina.

Bigarren atalean (ikus 11. taula) telebistarekin duten harremanari buruz galdetu zaie, berau termino ahalik eta objektiboenetan neurtzeko eskatuz (egunean eta astean zehar ikusten ematen duten denbora, etxeko lagun eta telebista kopurua, telebistara konektatutako gailu kopurua. Hein batean 3. kapituluaz aztertutako Ikus-entzuleriaren Ikerketaren hurbilketa kuantitatiboekin eta aitortza bat egin nahi izan zaie atal honetan⁴⁴³. Neurri batean atal honek indize bezala ere funtzionatu du, item ezberdinei emandako puntuazioak eztabaida talde eta sakoneko elkarrizketetan emandako erantzunekin konbinatuta jarrera eta iritzia neurtzeko erabilgarriak izan diren neurri konposatuak osatzeko aukera eman baitugute.

⁴⁴² Zentzu horretan, arinen aztertu diren datuak eskaini ditu atal honek, landa-lanaren beraren bilakaera bera gidatzeko erabili baitira.

⁴⁴³ Ikus 3. kapituluako "Audientzia eta esposizioa" eta "Audientziaren azterketaren mugak" atalak.

11. TAULA: TELEBISTAREKIN HARREMANA.

Zenbat telebista ikusten duzu egunean gutxi gora behera (ordutan)?
Eta astean?
Zenbat lagun bizi zarete etxean?
Zenbat telebista dituzu etxean?
Zein gailu / aparatu daukazu telebistari konektatuta? (bideoa, dvd-a, LTDa...)
Internet bidez ikusten al duzu telebistarik?

Iturria. Norberak egina.

Azkenengo atalean berriz hamabi esaldiren artean lau aukeratzeko eskatzen zaie parte-hartzaileei, eta lau esaldi hauek adostasun mailaren arabera ordenatzeko, 1-etik 4-ra. Finean atal honetan hierarkizazio-eskala bat moldatu da (Juaristi Larrinaga, 2005: 122-124), parte-hartzailearen telebistarekin lotutako esperientzia orokorraren neurketa bat ahalbidetzeko eta aisiaren lau koordinatuei buruz zeharka galdetzeko (aisiaren koordinatu bakoitzarekin lotutako hiruna esaldi aurkezten baitzaizkie parte-hartzaileei).

Fitxaren bigarren atalean subjektuak telebistarekin duen harremanaren kontaketa objektiboa eskatzen bazen, azken ariketa honetan kontakizun subjektiboago bat eskatzen zaio, jarrera edo iritzi eskala baten bidez. Ariketak beste bi helburu betetzen ditu: saioaren sintesi edo itxiera bezala funtzionatzea –parte-hartzailearen azken hausnarketa pertsonal bezala- eta parte-hartzailearen telebistarekiko harremanaren aisiaren koordinatuak esploratzea⁴⁴⁴.

12. TAULA: ONDOKO ESALDIETATIK AUKERATU ADOS ZAUDEN LAU ETA ORDENATU 1ETIK 4RA (1 = ADOSEN ZAUDENA IZANDA).

Gustatu egiten zait telebista.
Telebistak munduaren berri ematen dit.
Aspertuta nagoenean jartzen dut telebista.
Telebistak aspertu egiten nau.
Ikasi egiten dut telebistarekin.
Telebista erabilgarria/baliagarria da.
Nahi dudana aurkitzen dut telebistan.
Telebista adiktiboa da.
Telebista gehiegi ikusten dut.
Denbora galtzea da telebista ikustea.
Telebistak beste gauza batzuk egiteko denbora kentzen dit.
Atsegina da telebista ikustea.

Iturria. Norberak egina.

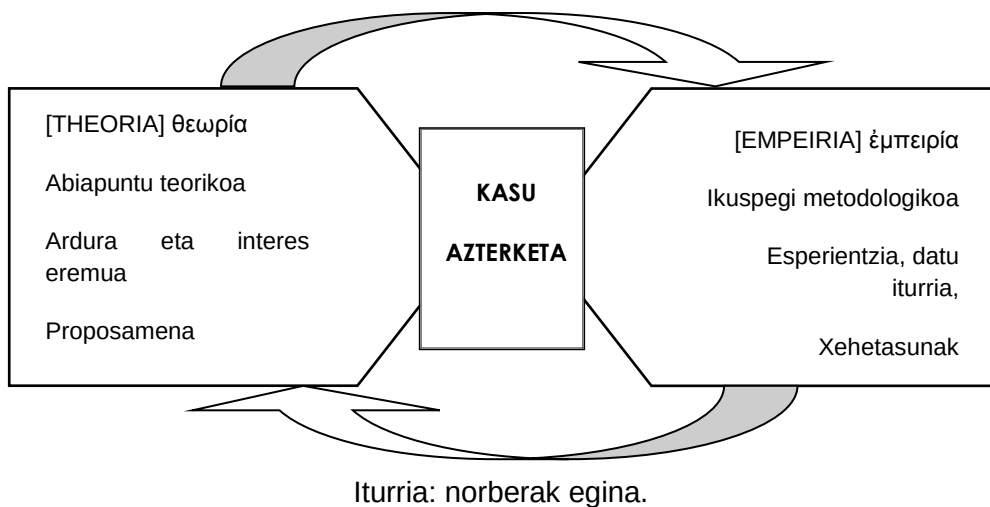
Behin landa lanean zehar parte-hartzaileengandik informazioa jasotzeko erabili diren ikerketa teknika eta tresnak azalduta, informazio hau gorde, antolatu eta prozesatzeko erabili den ATLAS.ti programa informazikoa azalduko dugu hurrengo atalean.

⁴⁴⁴ Ikus 5. kapituluaren "Aisiaren koordinatuak" atala.

4.3.4. PLANTEAMENDUA ETA KASU-AUKERAKETA

Lan honetan kasu azterketa greziera klasikoko *Theoria*⁴⁴⁵ eta *Empeiria*⁴⁴⁶-ren artean kokatzen da bete betean. Txanponaren bi aldeak dira teoria eta praktika, hausnarketa eta esperientzia. Are gehiago, iker-objektua eta hausnarketarako telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak eurek direnean, lotura oraindik estuagoa sortzen baita bi aldeen artean. Hala, bi itzuliko ariketa proposatzen da tesian, teoritik esperientziarakoa, eta esperientziatik teoriarakoa (jakinik honek aldi berean itzulera berrietarako aukera irekitzen duela:

14. IRUDIA: KASU AZTERKETAREN PLANTEAMENDU OROKORRA: THEORIA ETA EMPEIRIA.



Aurretik ere aztertu dugun bezala, kasu azterketan bereziki garrantzizkoa da kasuaren aukeraketa edo lagingaren eraikuntza: “Helburua arazo edo fenomeno baten inguruan ahalik eta informazio gehiena lortzea denean, kasu adierazgarri edo ausazko laging bat agian ez da estrategiarik egokiena. Hau hala da kasu tipiko edo batez bestekoa sarri ez delako informazioan aberatsena”⁴⁴⁷ (Flyvberg, 2004: 425).

Kontua, hortaz, ez da batez-besteko egoerak aurkitu eta azaltzea, aztergai dugun auziari buruz ahalik eta informazio aberats eta xehena jasotzea baizik, horretarako ahalik eta aniztasun handiena sartuz aukeratutako laginean. Muturreko eta ezohiko kasuak hartara iker-objektua hobeto ezagutzeko aukerak bihurtzen dira, aurrez identifikatu gabeko kategoriak aztertzea eta espero ez ziren loturak egitea ahalbidetzen dutelako. Unibertsoaren (edo Bizkaiko biztanleria osoaren) ezaugarriak ordezkatzen dituzten kasu tipiko edo batezbestekoak bilatu beharrean, ikerketa honetan bi irizpide edo laginketa estrategia uztartu dira kasuak aukeratzeko: aldakuntza maximozko laginketa eta kasu kritikoak.

⁴⁴⁵ Ikus 1. Kapituluiko lehen atala: “Aisiaren esanahia.”

446 Esperientzia, greziaz

⁴⁴⁷ "When the objective is to achieve the greatest possible amount of information on a given problem or phenomenon, a representative case or a random sample may not be the most appropriate strategy. This is because the typical or average case is often not the richest in information."

13. TAULA: LAGINKETA IRIZPIDEAK ETA KASUAK.

Laginketa irizpidea	Kasuak
Aldakuntza maximozko laginketa,	Eztabaida taldeak: • Gazteak: Durango eta Mungia • Helduak 1: Bermeo, Bilbo (DU) • Helduak 2: Santurtzi, Mungia, Lekeitio • Nagusiak: Bilbo, Aulestia • Pretesta: Algorta (Getxo), Bilbo⁴⁴⁸
Kasu kritikoak	Sakoneko elkarrizketak: • Gaztea: Bakio • Helduak: Bilbo, Larrabetzu, Muskiz • Nagusiak: Lezama, Lekeitio

Iturria: Norberak moldatua (Flyvberg, 2004; Jensen, 2012).

Aldakuntza maximozko kasuetan (Jensen, 2012: 269) bi aldagai edo ezaugarri erabili dira kasuen arteko aniztasuna maximizatzeko: adina eta bizilekua. Adinaren irizpidea aztertutako lau adin-taldearen arabera izan da (hau da, adin-talde guztietako ordezkari bat bermatu da, taldearen baitan ere adin-aniztasunaren alde eginez)⁴⁴⁹. Bizilekuari dagokionez berriz Bizkaiko hiri eta herriaren arteko aldeak jasotzea bilatu da, lagin ahalik eta aberatsena osatzeko⁴⁵⁰. Hala, geografikoki (ikus 16. irudia) eta soziodemografikoki⁴⁵¹ erreparatuta ahalik eta aldakortasun handiena bilatu da.

Bi eztabaida talde eta sakoneko elkarrizketa bat Bizkaiko hiriburuan bizi diren pertsonekin burutu dira. Beste kasuetarako guztiak Bilbotik kanpoko bizkaitarrak bilatu dira, alde batetik udalerriaren tamainak eta hiri/baserri inguruak ekar litzakeen aldaerak barne hartzeko, eta bestetik bizkaieraren forma ezberdinak eta bustidura ezberdinak ere jasotzea interesgarri zaigulako.

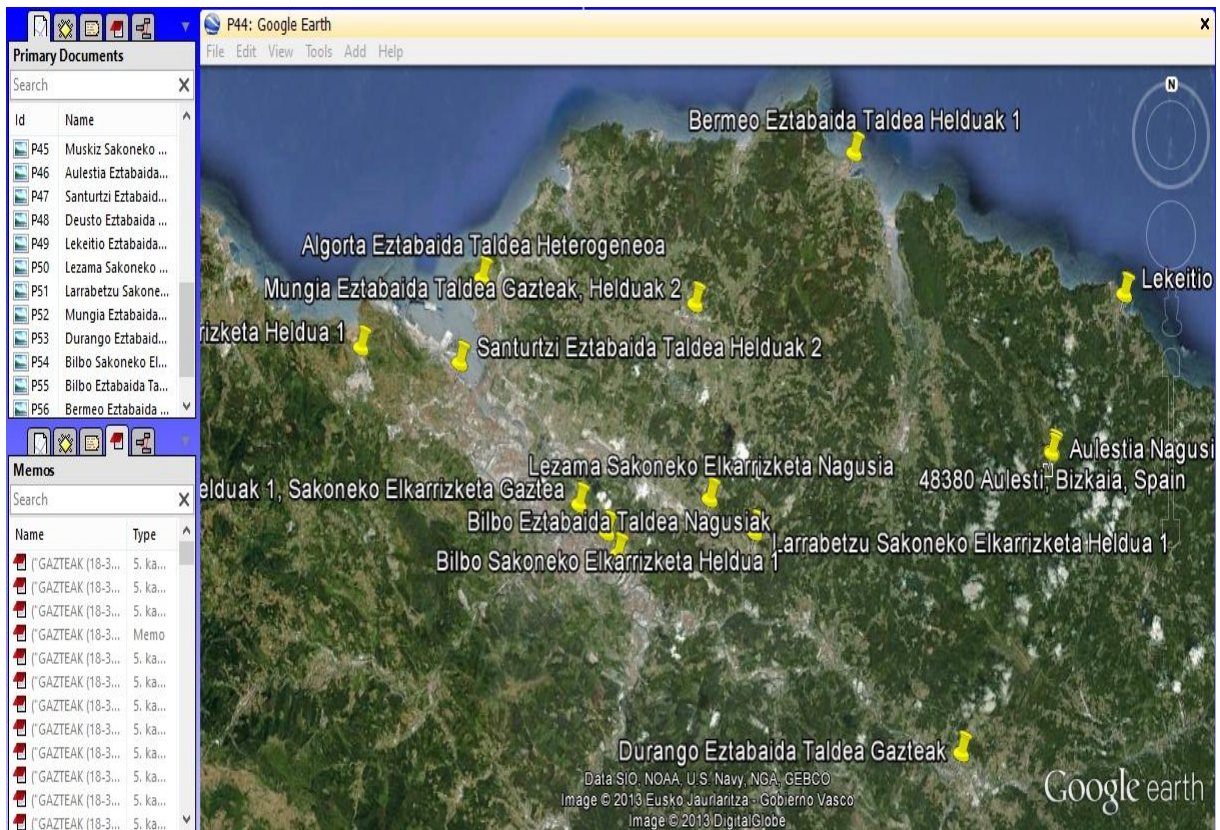
⁴⁴⁸ Bilboko eztabaida talde pilotoa ez da Kasu Azterketan sartu, erdaraz burutu baitzen, gidoia lantzeari begira. Hartara, bertan jasotako informazioa ez da jaso azterketari begira.

⁴⁴⁹ Ikus "Datu bilketa eta lagina" atala, kapitulu honetan bertan.

⁴⁵⁰ Ikus antzerako laginketa irizpidea darabilen "Children's Media Barometer 2010: The Use of Media among 0-8-year-olds in Finland" ikerketa adibidez. (Kotilainen, Suoninen, Walamies, & Tuominen, 2011: 15)

⁴⁵¹ Herri eta hirien tamaina eta biztanle kopuruari erreparatuta honakoa da zerrenda (handienetik txikienera): Bilbo 351.629, Getxo 80.026, Santurtzi 47.129, Durango 28.618, Bermeo 17.144, Mungia 16.912, Muskiz 7.541, Lekeitio 7.419, Lezama 2.476, Larrabetzu 1.974, Aulesti 669.

15. IRUDIA: KASUEN LAGINKETA (GOOGLE EARTH)



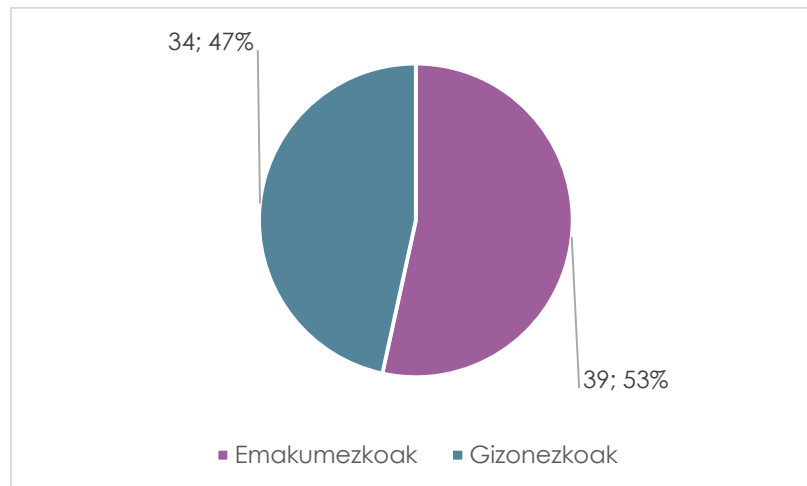
Iturria: Norberak moldatua (Google Earth)

Kasu kritikoen bidez berriz ikerketaren hipotesiak egiaztatu edo faltsutzeko aukera handiak zituzten kasuak bilatu dira (Flyvberg, 2004: 425-26). Hala, aurretik telebistarekin eta inguruko ikus-entzunezko teknologia ezberdinekin harreman bereziak zituzten perfilak aukeratu dira: apenas telebistarik ikusten ez duen gazte kirolari bat, hiru heldu teknologia zale (haietarik bi seme-alaba gazteekin, eta hirugarren bat seme-alaba nerabeekin) eta bakarrik bizi diren nagusi bi, bata baserrian eta bestea herrian. Orotara, aztertutako kasuek perfil idiosinkratiko bezain anitzak islatzen dituzte: estatistikoki orokortu ezinak, baina bizkaitarren telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien ezagutzan aurreratzen asko lagundu diezaguketenak.

4.3.5. DATU BILKETA ETA INFORMATZAILEEN PERFILA

Bederatzi eztabaida talde (adin-taldeei erreparatuta zortzi homogeneo eta heterogeneo bat) eta sei sakoneko elkarriketa burutu dira guztira landa lanean zehar. Orotara 73 pertsonak hartu dute parte ikerketan: 39 emakumezkoak (%53a) eta 34 gizonezkoak (%47a).

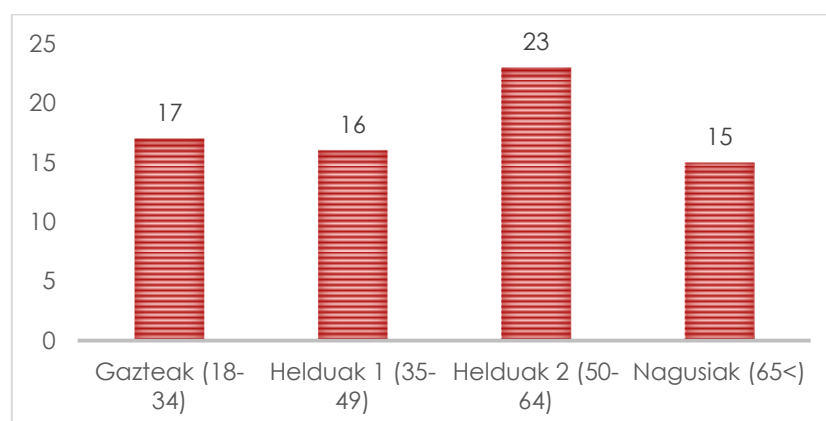
16. IRUDIA: PARTE-HARTZAILEEN SEXUA



Iturria: norberak egina

Aztertutako lau adin taldeen arabeko banaketari erreparatuta berriz, 17 parte hartzaile *Gazteak* adin-taldean kokatzen dira (18 eta 34 urte artean), 16 *Helduak 1* taldean (35 eta 49 urte artekoak), 23 *Helduak 2* taldean (50 eta 64 urte artean), eta *Nagusiak* adin-taldean 15 (65 urtetik gorakoak).

17. IRUDIA: PARTE-HARTZAILEAK ADIN-TALDEKA



Iturria: norberak egina

Eranskinetan eztabaida talde eta sakoneko elkarriketetako parte-hartzaile guztien datu soziodemografikoak ikus daitezke, saio amaieran betetako fitxetan jasotako informazioaren arabera. Ondoren saioen xehetasunak aurkeztuko ditugu, 14 eta 15. Tauletan:

14. TAULA: EZTABAIDA TALDEAK

Tokia		Data	Adin-taldea	Berezitasunak
Durangoko Liburutegia	Udal	2012/06/05	Gazteak	Talde-lanerako prestatutako gela batean burutu da eztabaida, mahai baten inguruan. Parte-hartzaileek ezagutzen zuten aurretik liburutegia, eta baita gela ere, elkarrekin ikasteko erabiltzen dutelako.
Mungiako lonja bat	gazte	2012/05/16	Gazteak	Eztabaida taldean Mungiako bi kuadrilek hartu dute parte (neska kuadrila bat eta mutil kuadrila bat). Eztabaida Mungiako lokal batean burutu da, mahai baten inguruan, mutilen kuadrilaren lonjan. Eztabaida burutu bitartean bertako telebista piztuta egon da, beste pertsona bat berau ikusten dagoelarik (ez du eztabaidan parte hartu).
Bermeoko bat (parte hartzaile ugari bertako kide dira)	txoko	2012/04/01	Helduak 1	Eztabaida txokoko mahai baten bueltan egin da, helduekin. Haien seme-alabak ere txokoa egon dira tartean, telebista ikusten. Parte-hartzaileek sarri aipatu dute txokoa telebista gehienetan piztuta egoten dela.
Deustuko Unibertsitatea (parte hartzaileak bertako langileak dira)		2012/07/18	Helduak 1	Bilerak egiteko gela batean burutu da eztabaida, mahai baten inguruan. Bi parte-hartzaile hamar minutu beranduago heldu dira.
Santurtziko bat (parte hartzaile bat bertako kidea da)	txoko	2012/06/12	Helduak 2	Eztabaida mahai baten inguruan egin da. Txokoko telebista ez da piztu saio osoan zehar, erreferentzia egin zaion arren.
Mungiako bat (parte hartzaile bat bertako kidea da)	txoko	2012/07/10	Helduak 2	Eztabaida mahai baten inguruan egin da. Txokoko telebista itzalita egon da saio osoan zehar. Parte-hartzaile batek saioa amaitu baino piska bat arinago alde egin behar izan du.
Lekeitioko bat (parte hartzaile ugari bertako kide dira)	txoko	2012/04/12	Helduak 2	Eztabaida mahai baten inguruan egin da. Txokoko telebista itzalita egon da saio osoan zehar.
Aulestiko Liburutegia	Udal	2012/05/10	Nagusiak	Eztabaida mahai baten inguruan egin da, liburutegia publikoari ireki baino ordu bete eta erdi arinago. Idatzizko kontakizunarekin gaizkiulertze bat egon da, eta ondorioz ez dira esaldiak behar bezala ordenatu.
Txurdinagabarri Nagusien egoitza (parte-hartzaileak bertako erabiltzaileak dira)		2012/05/15	Nagusiak	Eztabaida telebista ikusteko areto nagusian burutu da, eserlekuak biribilean jarrita. Saioa martxan zela bertako beste erabiltzailearen bat ere hurbildu da. Parte-hartzaile batzuk ez ziren gai idatzizko kontakizuna egiteko, eta ahoz jaso da informazioa.

Iturria: norberak egina

15. TAULA: SAKONEKO ELKARRIZKETAK

Tokia	Data	Adin-taldea	Berezitasunak
Deustuko Unibertsitatea (parte-hartzailea bertako langilea da)	2012/07/12	Gazteak	Bilerak egiteko gela batean burutu da eztabaida, mahai baten inguruan.
Bilboko kafetegi bat, Begoñako auzoan	2012/07/15	Helduak 1	Parte-hartzailearen auzoko kafetegi batean egin da elkarrizketa, kanpokaldean eserita.
Larrabetzuko kafetegi bat	2012/07/20	Helduak 1	Herriko kafetegi baten kanpokaldean egin da elkarrizketa.
Muskizeko Udal Liburutegia (parte-hartzailea bertako langilea da)	2012/10/17	Helduak 1	Parte-hartzailearen bulegoan egin da elkarrizketa. Elkarrizketatuak espreski itzali ditu sakelekoa eta aldean zerraman tablet-a, elkarrizketak iraun duen artean.
Lekeition, parte-hartzailearen egongelan	2012/04/12	Nagusiak	Egongelako sofa bitan eserita egin da elkarrizketa, telebista aurrez aurre piztuta (baina soinurik gabe) zegoela.
Lezaman, parte-hartzailearen sukaldean	2012/02/07	Nagusiak	Sukaldeko mahaiaren inguruan egin da elkarrizketa, sukaldeko telebista ez da piztu saio osoan, baina saioa amaitzeaz bat piztu egin du parte-hartzaileak.

Iturria: norberak egina

4.4. ATLAS.TI ETA INFORMAZIOAREN ANTOLAKETA, AZTERKETA ETA BERRESKURAPENA.

Tesi honetan hasiera-hasieratik erabili da ATLAS.ti programa informatikoa informazioa –dela teoriari dagokiona zein saio enpirikoetatik eratorria- jaso, antolatu, sailkatu eta prozesatzeko. ATLAS.ti oro har azterketa kualitatiborako software bezala deskribatzen bada ere, egiaz tresnaz betetako lan-aulki edo lan-mahai multimedia eta “kontzeptuen datu-base” bat da gehiago (Frieze, 2008: 1). Programa informatiko bezala, irudi, soinu, bideo, mapa eta testuzko dokumentuen azterketarako aukera anitzak eskaintzen ditu, ikerketa ezberdinen beharrian eta ezaugarrietara egokitzeke malgutasun eta osagarritasunarekin batera.

IISM⁴⁵² akronimoak jasotzen ditu softwarearen printzipio orokorrak (Frieze, 2013): *Ikusarazpena* (objektu ezberdinen ezaugarri eta haien arteko harremanak ikusi eta antolatzea erraztu), *Integrazioa* (izaera ezberdineko multimedia dokumentuen aldi bereko azterketa ahalbidetuz), *Serendipia* (ausaz edo aurrez haren bila joan gabe egiten diren aurkikuntzak sustatu⁴⁵³) eta *Miaketa* (teoria eraikitzerako orduan bereziki garrantzizkoa den ezaugarri partikularren esplorazioa bultzatu).

Hala, ATLAS.ti-k berrikusketa bibliografikoan erabilitako iturriak, eztabaida talde eta sakoneko elkarrizketen audioak eta berauen transkribapenak, landa lanean hartutako argazkiak, Google Earth-bidez jasotako satelite bidezko argazkiak uztartzea ahalbidetu digu, lan honen helburuak erdiesteko azterketa estrategia egokienak eraiki eta aplikatzearekin batera.

Hau esanda, komeni da softwarearen oinarritzko kontzeptuak eta programan erabilgarri dauden objektu ezberdinak azaltzea. Hala, Unitate Hermeneutikoak, Oinarritzko Dokumentuak, Kodeak, Aipuak, Familiak eta Memoak ekarriko ditugu, labur bada ere, gurera. Ondoren, jasotako informazio guztia kodetu eta berreskuratzeke hautatu diren azterketa-estrategiak eta kodeketa zikloak aipatuko ditugu. Amaitzeko, ATLAS.ti-k landutako informazioa berreskuratu eta ikusarazteke eskaintzen dituen hiru tresna gainbegiratuko ditugu: Kontsulta tresna (Query Tool), Aldibereko agerpenak (Co-occurrence tools) eta Sare Bistak.

⁴⁵² “VISE principle”, jatorrizkoan (Visualization, Integration, Serendipity and Exploration).

⁴⁵³ Morris hiztegiak “aldeaz edo moldeaz eta nahigabe” edota “aurkikuntza baliagarriak halaberrez aurkitzeko dohain” bezala definitzen du *serendipity* ingelesezko berba (Morris, 2005)

4.4.1. ATLAS.TI: OINARRIZKO KONTZEPTU ETA OBJEKTUAK

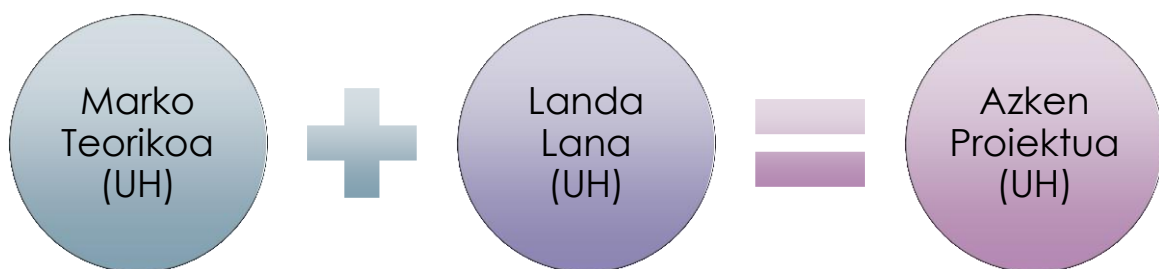
Azterketa kualitatiborako tresnaz betetako lan-mahai bezala, izaera ezberdineko dokumentu (argazkiak, bideoak, audioak, testu idatziak.) eta euskarriak ez ezik (.rtf,.txt,.jpeg,.pdf,.avi,.mpg,.kml,.kmz.) ATLAS.ti-k objektu ezberdinak barnebiltzen ditu Unitate Hermeneutiko deritzogun biltegi edo datu base kontzeptualaren baitan.

4.4.1.1. UNITATE HERMENEUTIKOAK

Unitate Hermeneutikoak proiektuan zehar bildutako elementu guztien, dokumentu eta objektuen biltegiak dira. Nolabait esatearren ATLAS.ti programaren “dokumentu” berezkoak osatzen dituzte. Testu prozesatzaile batek.odt,.rtf edo.doc fitxategiak sortu ohi dituen bezala bere baitan elementu ezberdinak integratuz (testu karaktereak, taulak, irudiak.), ATLAS.tik Unitate Hermeneutikoak sortzen ditu,.hpr6 edo.hpr7 fitxategien bidez⁴⁵⁴.

Maneiagarritasun eta segurtasun arrazoiengatik hiru Unitate Hermeneutiko erabili dira aldi berean tesi honetan: Marko Teorikoa.hpr7 (Abiapuntu teorikoaren oinarritzko dokumentuak jasotzen dituen), Landa Lana.hpr7 (Atal enpirikoari dagozkion dokumentuak biltzen dituen) eta Azken Proiektua.hpr7 (bien elkarketa).

18. IRUDIA: UNITATE HERMENEUTIKOAK



Iturria: norberak egina

Eskema honek, finean, kasu azterketaren planteamendu orokorra islatzen du⁴⁵⁵, teoria eta azterketa enpirikoaren arteko harremana, eta lan honen helburu interpretatibo-esplikatiboa. Behin abiapuntu teorikoa eraikita burutzen da landa lana, eta honek ematen du aukera behatutakoaren eredu teoriko propio eta berri bat eraikitzeko.

⁴⁵⁴ ATLAS.ti softwarearen bertsioaren arabera. Lan honetan 6 eta 7 bertsioak erabili dira, softwarea eguneratuz joan den heinean. Erabilitako azken bertsio zenbakia 7.0.92 izan da.

⁴⁵⁵ Ikus 11. Irudia: Kasu Azterketaren planteamendu orokorra: teoria eta empeiria.

4.4.1.2. OINARRIZKO DOKUMENTUAK

Oinarrizko Dokumentuak (Primary Documents jatorrizkoan) Unitate Hermeneutikoaren baitan dauden eta aztergai diren datu iturri guztiak dira, eta formato eta euskarri ezberdinetakoak izan daitezke. Hala, abiapuntu teorikoaren idazketan kontsultatutako testuak formato elektronikoan eskuratu ahal izan direnean bertan biltzea eta sailkatzea ahalbidetu digu programak, termino eta kontzeptuen lehen sare bat josiz eta norberaren iruzkinekin osatuz. Landa lanean berriz kasu azterketan erabilitako hurbilketa modu ezberdinak konbinatzea⁴⁵⁶ ahalbidetu digu, baita grabatutako saioen transkribapenak jatorrizko audioekin lotzea ere, hauek berrentzun ahala zuzendu eta testuinguruaren jabetza handiagoa izateko.

Orobat, lau motatako dokumentuak erabili dira lan honetan: idatzizkoak, grafikoak, audioak eta mapak. Programak bideoak ere integratzeko aukera eskaintzen duen arren, landa lanean ez da bideozko grabaketarik burutu ez eta, hartara, azterketan integratu ere.

16. TAULA: ERABILITAKO OINARRIZKO DOKUMENTUAK

Euskarria	Formatua	Edukia
Testu idatzia	Portable Document Format (PDF) fitxategiak Rich Text Format (RTF) fitxategiak	Kontsultatutako bibliografia Landa Laneko Transkribapenak ⁴⁵⁷ Ikerlariaren memoak
Irudi eta argazkiak	Joint Photographic Experts Group (JPEG) fitxategiak Windows Bitmap (BMP) fitxategiak	Landa lanean hartutako argazkiak Eskuzko oharren argazkiak Irudiak eta pantaila-argazkiak
Audioa	MPEG-1 Audio Layer III (MP3) fitxategiak	Eztabaida Talde eta Sakoneko Elkarriketen grabazioak
Mapak	Keyhole Markup Language (.KML eta .KMZ) fitxategiak	Google Earth mapak (landa lanaren geolokalizazioa)

Iturria: norberak egina

⁴⁵⁶ Ikus adibidez Gidoiaren diseinu eta aplikazioan ahozko eta idatzizko atalak.

⁴⁵⁷ Transkribapenak eta jatorrizko audioak lotzeko tresna bereziak eskaintzen ditu ATLAS.tik, zuzenketak eta entzundakoaren esanahia berrikustea erraztuz.

4.4.1.3. KODEAK

Unitate Hermeneutikoak mota askotako dokumentuak onartu eta biltzen baditu ere, programa informatiko bat ez da berauen esanahia ulertzeko gai, ez eta haien arteko lotura esanguratsuak aurkitzeko gauza ere. Lan hori ikerlariari dagokio, eta neurri haundi batean kodeketaren bidez egiten du. Kodeak adiera anitz har ditzake ikerketa kualitatiboan, baina oinarrian testu zati bati (zentzu irekian: irudia, soinua edo bideoa izan baitaiteke) egozten zaion etiketa esanguratsua da. Finean, kodeak datuen sailkapenerako tresna edo gailuak dira, informazioaren berreskurapen eta ikusarazpen operazio konplexuagoak ahalbidetzen dituztenak⁴⁵⁸. ATLAS.ti-k kodeketa modu ezberdinak ahalbidetzen ditu: kodeketa mekaniko edo autokodeketa, kodeketa irekia edo librea, In Vivo kodeketa, eta abar⁴⁵⁹.

Kode batekin markatutako testu zati bakoitzari aipu deritzogu, kodetutako pasarte kopuruari “funts” edo “funtsatze”⁴⁶⁰, eta kodeak beste kodeekin dituen lotura semantiko kopuruari berriz, “dentsitate”⁴⁶¹. Bi kontzeptu hauek, funtsa eta dentsitatea, garrantzizkoak izan dira kodeketa teorikoa burutze-aldera, kontzeptualki zentralenak eta aberatsenak diren kodeak identifikatu eta elkarren artean harremanean jartzea ahalbidetu digutelako. Adibide gisa, 19. irudian abiapuntu teorikoa idazterako orduan erabili diren zenbait kode azaltzen dira, bakoitzaren funtsatze eta dentsitatearekin.

19. IRUDIA: ABIAPUNTU TEORIKOKO KODE BATZUK {FUNTSA - DENTSITATEA}

Abdukzioa (8-0)	Aisiaren praktika (1-0)	Bideo (1-0)	Eraldaketa (1-0)
Adin taldeak (20-1)	Aisiazko esperientzia (64-3)	Birsortzea (Recreación) (2-0)	Erreperitorioa (2-0)
Ahozkototasuna (10-0)~	Aktibotasuna (19-0)~	Bizipena (2-0)	Esanahia (9-2)~
Aisia (52-14)	Aldia (1-2)	Bizitza telebistaren inguruan (3-0)	Esperientzia (54-4)
Aisia absentea (2-3)~	Aldibereketasuna (2-0)~	Cohort (1-0)	Esperientziaren ekonomia (2-0)~
Aisia autotelikoa (2-3)~	Arrazoiak (4-0)	Collective experience (2-0)~	Estatistika (6-3)
Aisia esparru (1-1)	Arreta (5-0)~	Cultural Studies (17-1)~	Estetika (20-0)
Aisia eta kultura (6-1)	Asebetetzea (3-2)	Dedukzioa (5-0)	Estiloak (2-1)
Aisia exotelikoa (1-3)~	Asperra (1-0)	Denbora (6-0)~	Estimulu komunak (1-0)
Aisia Humanista (9-1)		Dimentsio ludikoa (3-0)	Estresa (1-0)
Aisia ikaskuntzak (2-0)	Astia-aldia-aisia (1-0)	Dimentsio produktiboa (1-0)	Etnografia (1-0)
Aisia Kaltagarria (7-3)~	Audience evolution (1-0)	Dimentsio sortzailea (3-0)	Etxea (3-0)
Aisia kasuala (1-0)	Audience Research (22-0)~	Distrakzioa (1-1)	Europar Panorama Sintesia (5-0)
Aisia praktika - ekintza (9-1)	Audientzia / Ikusentzuleria (23-2)~	Eco (5-0)~	European Overview Audience Research (5-0)
Aisia serioa (1-0)	Audimetria (1-0)	Edukia (Nahiago den) (1-0)	Euskaldunak (1-0)
Aisia sortzailea (5-2)	Aukeraketa (6-1)	Egiantza (2-0)	Eztabaida Taldea (16-0)~
Aisia/Lana (3-1)	Autotelismoa (4-0)	Egunerokotasuna (38-9)	Fitxa (2-0)
Aisia_begirada (6-2)	Bateratzea / Konbergentzia (32-0)~	Elias & Dunning (8-0)	Flâneur (1-0)
Aislarako eskubidea (0-0)	Beharra (2-0)~	Elkarriketa (2-0)	Flow (jarria) (3-0)~
Aisiaren dimentsioak (2-1)	Belaunaldiak (56-1)~	Elkartek (1-0)	Formakuntza/Hezkuntza (5-0)
Aisiaren Hezkuntza (1-0)	Berriak (1-0)	Erabilerak (8-3)	Foucault (1-0)
Aisiaren koordinatuak (2-4)~	Bibliografia (17-0)	Eraginak (4-0)	framing (1-0)

Iturria: norberak egina.

⁴⁵⁸ Ikus “Informazioaren berreskurapen eta ikusarazpena” atala.

⁴⁵⁹ Ikus “Azterketa eta kodeketa estrategia globala” atala.

⁴⁶⁰ Groundedness, jatorrizkoan.

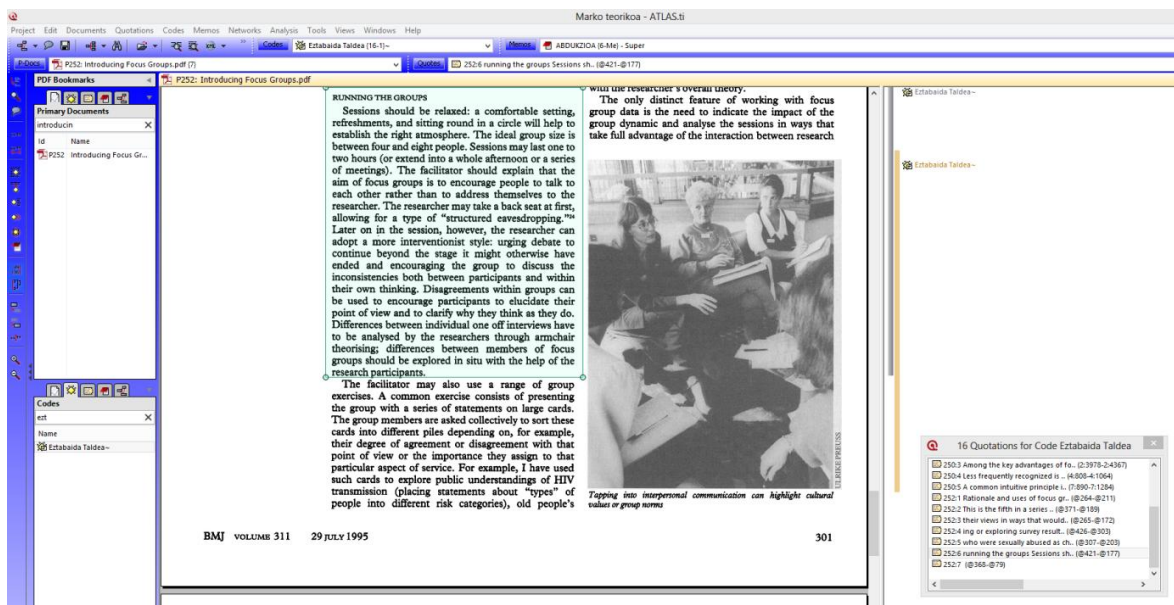
⁴⁶¹ Density, jatorrizkoan.

4.4.1.4. AIPUAK

Aipuak edo aipamenak ikerlariak interesgarritzat hartu dituen oinarritzko dokumentu baten zati edo segmentuak dira. Liburu batetan azpimarratutako pasarteak antza dute, bi ezberdintasunekin:

- Testu idatzia, audioa, irudia, bideoa edo material geografikoaren pasarteak izan daitezke (hau da, azpimarraketa, izatekotan, azpimarraketa multimedia bat da).
- Aipuari kode edo memo bat lotu ahal zaio, liburu ertzean hartutako ohar bat bailitzan, gero kode eta memo hauen bidez aipua berreskuratzea ahalbidetuz.

20. IRUDIA: AIPUAK SORTZEN: TESTUA ETA IRUDIA.



Iturria: norberak egina

ATLAS.ti programak aipuak berreskuratzeko eta elkarren harremanean jartzeko hainbat aukera eskaintzen ditu. Honetaz sakonago jardungo dugu “Informazioaren berreskurapen eta ikusarazpena” atalean, orrialde batzuk aurrerago. Aipatu beharrekoa da, hala ere, programa honen abantaila nagusietako bat aipuak bere jatorrizko testuinguruan erakusteko gaitasuna dela, egindako kodeketarekin batera. Honek, finean, aztergai diren datu iturri ezberdinetatik informazio esanguratsua erauzi eta aipuak haien sorlekuan aztertzea, biak, ahalbidetzen digu. 20. irudian eztabaida taldeak osatzeari buruzko testu batean irudi eta testu idatziaren kodeketa azaltzen zaigu, adibidez. Hartara, testuaren “eztabaida taldea” kodearen baitan bi aipu sortu dira: testu idatzizko pasarte esanguratsu bat, eta teknika metodologikoa ilustratzen duen irudi bat (zuri beltzean).

4.4.1.5. FAMILIAK

Familiek Unitate Hermeneutikoaren baitako objektuak elkarren artean osagarriak diren multzotan antolatze bidea zabaltzen dute. Gainera informazioa prozesatzerako orduan filtro lana egiteko gaitasuna dute (familia baten baitako elementuekin operatzeko, adibidez). Ezaugarri hau bereziki garrantzitsua da kasuen analisi kontzeptuala (5. kapitulua) eta kasu azterketaren eredu esplikatiiboari (6. kapitulua) begira, informazioa modu esanguratsuan berreskuratzea ahalbidetzen duelako. Familiek kodeak kode-familietan egituratu eta antolatzea ahalbidetzen dute, hartara kode ezberdinekin filtro lana egitea eta kontsulta tresna edo *query tool*-aren bidez⁴⁶² informazioaren berreskurapen operazio konplexuak burutzea ahalbidetuz. Era berean, memoak eta Oinarrizko Dokumentuak ere memo-familia eta dokumentu-familietan antola daitezke.

4.4.1.6. BIDE-OHARRAK: MEMOAK ETA MEMOGINTZA

Memoak (memorandum⁴⁶³ berbaren laburdura) ikerlariak jasotako testuzko (eta irudizko) bide-oharrak dira. Ohar hauek ikerlariaren lan analitikoan lagungarri izatea eta ikerketaren galdera-erantzunen berri jasotzea dute helburu. Hala, eskuz edo makinaz, banakako fitxatan edo eguneroko modura jaso daitezke, eta ikerketa kualitatiboaren parte garrantzitsua dira (Saldaña, 2009). Izan ere datuen etengabeko alderaketa eta miaketa ziklikoa Datuen Analisi Kualitatiboaren (QDA) ezaugarrietariko bat da. Joan-etorriak ekidiezinak eta ezinbestekoak dira halako prozesu batean. Bideko oharrak hartzea funtsezkoa da azterketa ahalbidetu eta jasotako datuetatik ahalik eta etekinik handiena atera ahal izateko ez ezik, lanaren helburu den eredu teoriko-esplikatiboa osatzeko. Memoek hartara bideko ohar hauek jasotzen dituzte; ikertzailearen ibilbidearen, erabakien, hausnarketen eta ondorioen arrastoa osatzen dute. Egungo azterketarako software ezberdinek memoak oso modu errazean gorde, antolatu, sailkatu eta berrantolatzea ahalbidetzen dute.

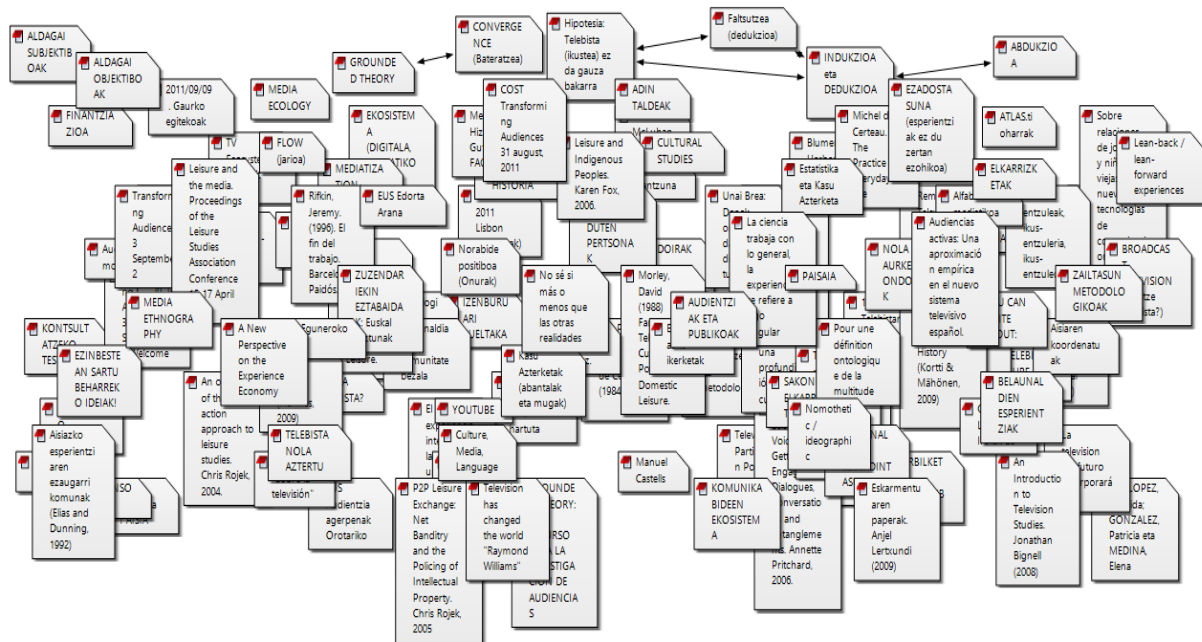
ATLAS.ti programarekin, gainera, memoak Unitate Hermeneutikoko beste objektuekin lotu daitezke, baita, nahi izanez gero, Oinarrizko Dokumentu bezala erabili ere, azterketaren baitan integratuz. Ikerlariaren ohar eta erabaki metodologikoen kontzeptu eta terminoen gaineko hausnarketa eta iruzkinak, prozesu analitikoaren urrats ezberdinak zein egiteko dauden zereginen egunerokoa osatzen dute. Memoetan jasotako ideia, hausnarketa eta

⁴⁶² Ikus Kontsulta Tresna - Query Tool atala, Informazioaren berreskurapen eta ikusarazpenari dagokion atalean.

⁴⁶³ *Memoro* aditzak gogoratu esan nahi du latinez. Memorandum hortaz gogoratu beharreko zerbait litzateke, etorkizunean berreskuratu ahal izateko uzten den arrasto edo erregistro bat. Kasu honetan ikerlariak ikerlariarentzat uzten duen mezua.

erabaki metodologikoak idazketa fasean osatu beharreko “puzlearen” piezak dira finean (Friese, 2008).

21. IRUDIA: MEMOAK PUZLEAREN PIEZA BEZALA



Iturria: norberak egina

21. irudian suma daitekeen legez, memogintzak IISM printzipioaren hirugarren elementu bezala aipatu dugun serendipia lagun dezake. Hala, iruzkinak dokumentuen pasarteekin, beste iruzkinekin eta iruzkin familiekin lotzeko aukera eskaintzen du ATLAS.ti programak, hasiera batean espero ez ziren edo aurrikusita ez zeuden aurkikuntzak eginez, eta aldi berean aurkikuntza hauen gaineko iruzkinak egiteko aukera irekiz. Horrela, ikerlariaren eta ikerketaren arteko harremana bera, ikerketa prozesua bera, informazio eta datu iturri bilakatzen da ikerketan, teoria funtsatuaren *all is data* edo “dena dira datuak” Barney G. Glaser Teoria funtsatuaren fundatzailearen lemarekin bat eginez (Glaser, 2001: 145). Ikerketa prozesuak berak elikatzen du hausnarketa, eta hausnarketak ikerketa prozesua, kontzeptuen garapena eta teoriaren eraikuntzari oinarria eskainiz. Hartara, bide-oharrek ikerketan zehar eta ikerketaren inguruan, ikerlariaren eta parte-hartzaileen perspektibatik gertatutakoak azterketarako datu bihurtzea ahalbidetu dute, aldi berean ohar hauek Unitate Hermeneutikoko beste objektuekin elkar-harremanean jarritz.

Memo edo bide-oharrak lan honetan intentsiboki erabili dira, batez ere bi modutan: memo teoriko bezal eta memo analitiko bezala. Memo teorikoak oso erabilgarriak izan dira berrikusketa bibliografikoari dagokionez erabili beharreko iturriak dokumentatzeko eta berauen jarraipena egiteko eta hauei buruzko iruzkinak artikulatzen joan eta elkarren artean

alderatzeko ere eta proiektuaren oinarri dokumentalaren inguruko iruzkin, hausnarketa, Abiapuntu Teorikoan⁴⁶⁴ gorpuztu den zalantza eta kritiken sarea josteko. Bestetik memo analitikoek azterketa enpirikoari dagozkion kode eta kontzeptuen arteko alderaketak burutu eta dokumentatzeko balio izan dute, ATLAS.ti-k eskaintzen dituen informazioaren berreskurapen eta ikusarazpen tresna ezberdinekin konbinatuz Kasuen analisi kontzeptuala eta Eredu Esplikatiboa osatzeraino⁴⁶⁵. Esan daiteke doktorego tesiaren prozesu osoaren egunerokoa edo bitakora osatu dutela.

4.4.2. INFORMAZIOAREN BERRESKURAPEN ETA IKUSARAZPENA.

Unitate Hermeneutiko orok, ikerketak aurrera egin ahala, Oinarrizko Dokumentu gehiago biltzeko joera ez ezik, dokumentuen baitako elementuen arteko harremanen dentsitate handiagoa hartzekoa ere agertzen du. Hori dela eta, bereziki garrantzitsua da ATLAS.ti-k informazioa ikerlariaren irizpide ezberdinen arabera berreskuratu eta ikusarazteko agertzen duen gaitasuna. Ondoren, programak eskaintzen dituen aukeren adierazgarri diren hiru tresna aipatuko ditugu: Query Tool edo Kontsulta Tresna, Co-occurrence edo aldiberekotasun tresnak eta Sare Bistak.

4.4.2.1. KONTSULTA TRESNA - QUERY TOOL

Query Tool edo Kontsulta Tresna ATLAS.ti-ren kalkulagailu semantikoa da. Kodetutako informazioa modu esanguratsuetan berreskuratzea ahalbidetzen du, kode eta kode-familien araberrako bilaketan bidez. Era berean, bilaketak burutzeko erabilitako formulen araberrako superkodeak eraikitzea ere ahalbidetzen digu⁴⁶⁶.

Oinarrian, bi elementu erabiltzen ditu kontsulta tresnak: eragingaiak eta eragileak. Eragingaiak kodeak eurek dira (familia eta superkodeen bidez multzokatu daitezkeen arren) eragileak berriz hiru motatakoak izan daitezke: *Boolearrak* (eragile logikoak), *semantikoak* (ikerlariak berak kodeen artean ezarritako harreman esanguratsuak interpreta ditzaketenak) eta *hurbiltasunezkoak* (kodemutako pasartearen arteko harreman espazialaz baliatzen direnak bilaketak egiteko). 17. taulan eragileak eta eragile motak laburbildu ditugu:

⁴⁶⁴ Ikus lan honen 1, 2 eta 3. kapituluak.

⁴⁶⁵ Ikus lan honen 5 eta 6. kapituluak.

⁴⁶⁶ Kontsulta tresnak darabiltzan eragileak aurkeztu ostean ikusiko dugu honen adibide bat.

17. TAULA: KONTSULTA TRESNAREN ERAGILEAK

Eragile mota	Jatorrizko izena	Azalpena
Boolearrak	OR ($\vee$)	Kode bat edo beste (edo biak)
	XOR ($\oplus$)	Kode bat edo beste (baina ez biak)
	AND ($\wedge$)	Kode bat eta beste (aldi berean kodetuta)
	NOT ($\neg$)	Kode bat ez
Semantikoak	SUB	Kodearen menpe dauden terminoak (harreman iragankorrak soilik)
	UP	Kodea menpe duten terminoak (harreman iragankorrak soilik)
	SIBlings	Kodearekin harremana duten terminoak
Hurbiltasunezkoak	WITHIN	Barruan kokatzen da
	ENCLOSES	Barne hartzen du
	OVERLAPPED_BY	Gainjartzen zaio
	OVERLAPS	Gainjartzen du
	FOLLOWS	Jarraitzen du
	PRECEDES	Aurretik doa
	CO-OCCURRENCE	Aldiberekotasuna agertzen du punturen batean (edo barruan edo gainjarrita)

Iturria: norberak moldatua (Frieze, 2013).

Hamalau eragile hauen eta beraien arteko konbinaketaren bidez eta kodeak eta kode-familiak aingura edo erreferentzia bezala erabiliz, informazioa ikerketaren helburuetarako esanguratsua den moduetan berreskuratu eta ikusaraztea ahalbidetzen den Kontsulta Tresnak. Beti ere galderak modu egokian (eta tresna informatikoak interpretatuko duen hizkuntzan) egiteko gai garen heinean. Izan ere aipatu beharrekoa da Kontsulta Tresnak alderantzizko poloniar notazioa edo atzizki notazioa darabilela bilaketak egiteko. Aljebra metodo honetan lehenengo eragingaiak sartzen dira, eta gero eragileak. Hala, $(4+4)$ operazio matematikoa egiteko, RPN sistema batean $(4\ 4\ +)$ formula erabiliko litzateke⁴⁶⁷.

Demagun adibidez landa lanean 35 eta 65 urtekoen arteko parte hartzaileek (hau da, Helduek) zapping egiteari buruz eman dituzten erantzunak berreskuratzea interesatzen zaigula. HELDUAK 1 eta HELDUAK 2 atributuzko kode-familiak erabiliz⁴⁶⁸, eta 1.11 Zapping

⁴⁶⁷ Edozelan ere bi notazioetan emaitza bera da, 8 alegia.

⁴⁶⁸ Ikus Atributuzko kodeketa (NORK) atala.

kode fokalizatuari lotutako galdera zehatzak semantikoki lotu dizkiogula probestuz⁴⁶⁹, honako formula hau erabili dezakegu⁴⁷⁰:

(("HELDUAK 1" | "HELDUAK 2") WITHIN SUB "1.11 Zapping")

Formula honek 94 erantzun eskaintzen dizkigu: Helduak 1 edo Helduak 2 (bata zein beste) adin taldeetako partaideren batek 1.11 Zapping kode fokalizatuaren menpe⁴⁷¹ dauden galderei emandako erantzun guztiak. *WITHIN* eragilea erabili da *AND* beharrean, *AND* eragileak zehatz-mehatz pasarte berean kode guztiak agertzea eskatzen baitu. *WITHIN* eragileak aldiz, galderen barruan (espazialki, kodeketa bat bestearen baitan) kokatzen diren parte-hartzaile ezberdinen erantzunak eskaintzen dizkigu (noski, aurretik badakigu kodeketa egituratzaileak pasarte zabalagoak hartzen dituela atributuzko kodeketak baino, galdera berak parte-hartzaile askoren erantzuna sortzen baitu, ez alderantziz).

Superkodeak "kodeen kode" bezala ikus ditzakegu, edo hobe esanda, kodeen arteko harreman ezberdinak gordetzeko gai diren makroak. Horrela, superkodeek ez dituzte zuzenean datuak etiketatzen, harremanetan dauden kodeen bidez baizik. Aurreko kasura itzulita, "Helduak eta Zapping" superkodea sor genezake zuzenean Kontsulta Tresnaren bidez, zeinek jasotako 94 erantzunak barne hartuko lituzkeen hemendik aurrera. Aldaketarik gertatuko balitz (adibidez Helduak 1 edo Helduak 2 taldeetan parte-hartzaile berri bat sartuz gero) haren erantzunak ere automatikoki inkorporatuko lirateke superkoderara. Superkodeek, horrela, entitate dinamiko, beti eguneratuak eskaintzen dizkigute gure analisirako.

4.4.2.2. ALDIBEREKOTASUN TRESNAK

Aurreko adibidearekin ikusi dugun bezala, informazioa berreskuratzerako orduan interesgarria da kodeen eta dokumentuen arteko gurutzaketa eta aldiberekotasunak aztertzea, kodeen artean ez ezik termino eta kontzeptuen atzean ezkutatzen diren asoziazioak azaleratzen lagun baitezakete. Aldibereko agerpen hauek ez dute noski berez ezer frogatzen, edo ikergai den fenomenoari buruzko azalpenik eskaintzen, baina fenomeno baten agerpena (edo agerpen eza) baldintzatu ditzaketen faktore eta testuinguruari buruzko arrastoak luzatzen dizkigute. ATLAS.ti-k gainera aldibereko agerpenen zenbaketa kuantitatiboaz gainera miaketa kualitatiboa egiteko tresna ezberdinak eskaintzen ditu,

⁴⁶⁹ Ikus Kodeketa egituratzailea (NON) atala.

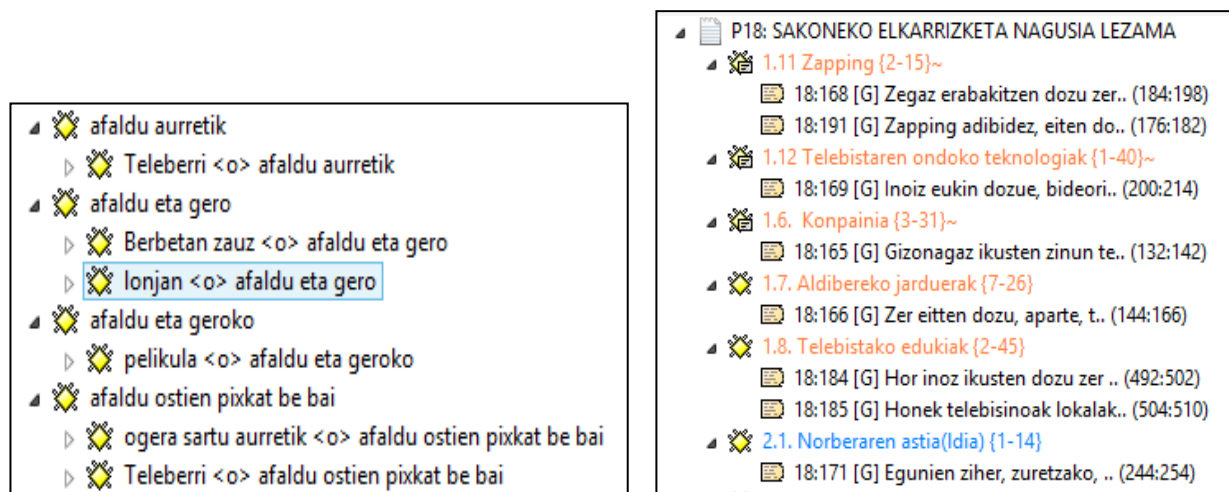
⁴⁷⁰ Formula honetara iristeko Kontsulta tresnari honako aginduak eman zaizkio alderantzizko poloniar notazioari jarraituz (eragingaiak lehenengo, eragileak gero): Helduak 1, Helduak 2, OR, 1.11 Zapping, SUB, WITHIN.

⁴⁷¹ Ikus Sare bistak atala.

kodeen arteko gurutzaketetan aurkitzen diren aipuak esploratzeko aukera ezberdinak eskainiz.

Aldiberekotasun esploratzailea⁴⁷² bere izenak dioen legez kode eta kontzeptuen arteko harremanak aurkitu eta harreman hauen izaera esploratzeko diseinatuta dago. Alde batetik kodeen arteko aldiberekotasunak⁴⁷³ miazteko erabili daiteke (kode-familiak filtro bezala erabiliz, adibidez In Vivo kodeak elkarrekin noiz gurutzatzen diren ikusteko) eta programak eskaintzen dituen emaitzak esploratuz (ikus 22. irudiaren ezkerreko aldea). Bestetik, Oinarritzko Dokumentuen kodeketa esploratzeko erabili daiteke (hemen ere familiak filtro bezala erabil daitezke), saio edo kasu zehatz baten gainbegiratua eskainiz, ikerlariaren uneko interesen arabera eraikitako aurkibide modura (ikus 22. irudiaren eskumako aldea).

22. IRUDIA: ALDIBEREKOTASUN ESPLORATZAILEA: KODEAK ETA OINARRIZKO DOKUMENTUAK



Iturria: norberak egina.

Aldiberekotasun taulak⁴⁷⁴ ere bi aukera eskaintzen dizkigu: kodeak kodeekin gurutzatzea, eta kodeak Oinarritzko Dokumentuekin gurutzatzea. Lehenengo aukerak kodetutako terminoekin harremana duten faktoreak identifikatzeko eta izan dezaketen garrantzia erlatiboa kuantitatiboki aurrikusteko balio diezaguke C koefizienteari esker (Muhr, 2009)⁴⁷⁵.

Bigarrenak Oinarritzko Dokumentu eta kodeen arteko harremanen berri ematen digu, dokumentu bakoitzaren baitan ageri diren kode eta kode familien arteko gurutzaketa kuantitatiboen bidez. 23. irudiaren ezkerreko aldean lehenenaren adibide bat ikus daiteke, hiru telebista saio eta adin ezberdinetako parte hartzaileen arteko aldiberekotasunak erakutsiz.

⁴⁷² Co-occurrence explorer, jatorrizkoan.

⁴⁷³ Aldiberekotasun hau bi kodek kodetzen dituzten aipuak elkarrekin kontaktuan daudenean ematen da (Kontsulta Tresnan CO-OCCURRENCE eragilearekin bilaketa bat egiten dugunean bezala). Ikus 11. Taula.

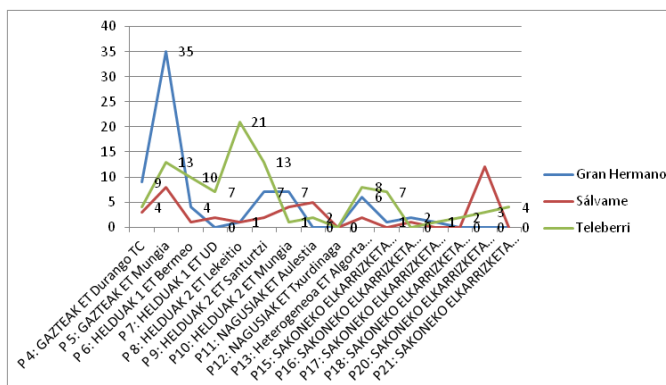
⁴⁷⁴ Co-occurrence table, jatorrizkoan.

⁴⁷⁵ C koefizienteak 0 eta 1 arteko zenbakia ematen digu (non 0 zenbakiak bi kodeak inoiz gurutzatzen ez direla esan nahi duen, eta 1 zenbakiak agertzen diren aldiro gurutzatzen direla).

Eskumako aldean berriz, Oinarrizko Dokumentuen eta hiru saio hauen aldiberekotasunak ageri dira:

23. IRUDIA: ALDIBEREKOTASUN TAULAK: KODEAK ETA OINARRIZKO DOKUMENTUAK

	Teleberri	Gran Hermano	Sálvame
MU 21 E b	5 - 0,03	19 - 0,12	n/a
DU 24 G a	3 - 0,02	3 - 0,02	2 - 0,01
MU 25 G	2 - 0,01	6 - 0,03	2 - 0,01
BE 41 E	5 - 0,03	1 - 0,01	n/a
LE 54 E	6 - 0,03	1 - 0,00	1 - 0,01
BE 40 E b	n/a	1 - 0,00	n/a
MU 55 E	n/a	1 - 0,01	1 - 0,01
MU 62 G	n/a	2 - 0,01	1 - 0,01
LEZ 67 E	1 - 0,00	n/a	n/a



Iturria: norberak egina.

Lehen esan bezala, honek ez digu, bere horretan, kontzeptuaren garrantziari edo esanahiari buruzko azken erantzunik eskaintzen, baina aldiberekotasunei gainbegirada orokor bat eman eta gurutzaketa zehatzak banan-banan, eta bakoitzaren testuinguruan, miaztea ahalbidetzen digu. Laburbilduz, tresna bezala kontzeptuen arteko elkarlotura kuantitatibo eta kualitatiboak azalerazi eta berauetan sakontzea posible egiten digu.

Susanne Frieseren ustez honek bihurtzen du ATLAS.ti dauden azterketa kualitatiborako software guztietan “kualitatiboena”, ez baitu inoiz jatorrizko testuarekiko harremana apurtzen, eta azterketa tresna ezberdinen eta jatorrizko testuinguruaren arteko distantzia beti da minimoa (Frieze, 2011). Aldiberekotasun tresnek ondoko galderak planteatu eta erantzunen bila datuen corpusa miaztea ahalbidetzen digute: zer diote aldiberekotasun hauek ikergai dugun fenomenoarekiko? Zein harreman dago ikerketaren testuinguruan termino hauen artean? Zertan lagun gaitzake termino honek beste termino hau hobeto ulertzen?

4.4.2.3. SARE BISTAK

Sare bistak ATLAS.ti-n proiektuaren, edo Unitate Hermeneutikoaren zati baten bistaratzeak dira, Unitate Hermeneutikoaren baitan ditugun objektu ezberdinak (kodeak, aipuak, familiak, Oinarrizko Dokumentuak, memoak) eta haien arteko harremanak ikusarazi eta antolatzeko esparru grafikoak.

Alde batetatik, sare bistek objektuen kudeaketa errazten dute, objektuen arteko harremanak (kode eta aipuen artekoak, kodeen artekoak, memoen artekoak.) modu bisualean agertzerakoan. Bestalde, ikerketa honen helburua den bezalako eredu esplikatibo interpretatibo bat osatze aldera, ezin tresna egokiagoa eskaintzen dute teoria eraikitzerako orduan. Bi mailatan, dela Unitate Hermeneutikoa osatzen duten objektuen arteko harremanak ikusi eta antolatzeke, edota testuaren analisiaren eta azalpen teorikoaren oinarri bezala, objektuen arteko harremanak daude sare bisten muinean.

Lan honetan objektuen kodeen arteko harreman semantikoak⁴⁷⁶ eratzeko sare bistak erabili dira, objektuen arteko harremanak aldi berean ikusi eta harreman berriak sortzeko interfaze eroso eskaintzen dutelako. 18. taulan erabili diren harreman semantiko ezberdinak azaltzen dira, lehen zazpiak programak berak eskainiak, eta azken bostak ikerlariak berak eraikiak, sortutako beharrazanei erantzuteko.

18. TAULA: ERABILITAKO HARREMAN SEMANTIKOAK

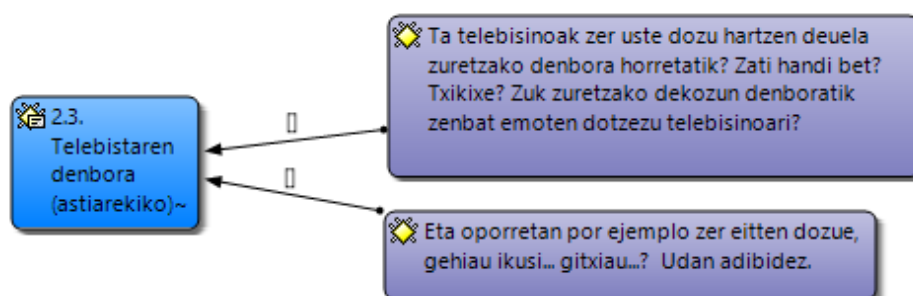
Izena	Harremana	Zeinua	Ezaugarri formala	Norantza
ASSO	A-k harremana du B-rekin	==	Simetrikoa	◇
BTP	A B-ren parte da	[]	Iragankorra	<
CAUSA	A B-ren kausa da	=>	Iragankorra	<
CONTRA	A-k B kontraesaten du	<>	Simetrikoa	◇
ISA	A B bat da	Isa	Iragankorra	<
NONAME	A – B (definitu gabe)		Simetrikoa	◇
PROP	A B-ren jabegoa da	*}	Asimetrikoa	<
BAIEZTATU	Baieztatzen du	BAI	Asimetrikoa	<
EZB	Ezberdina da	//	Simetrikoa	◇
NORK	Aipatzen du	?	Asimetrikoa	<
HARREMANA	Adi, harremana du	H>	Simetrikoa	◇

Iturria: Norberak moldatua (Atlas.ti)

Adibide batekin erraz ikus daiteke kodeen arteko harremanak Sare bisten bidez sortzeko prozesua: ondoko irudian kode fokalizatu baten eta bi kode egituratzaileraren arteko harremana ageri da [] edo “parte da” harremanarekin lotuta. Hala, “Ta telebisinoak zer uste dozu hartzen deuela zuretzako denbora horretatik” eta “Eta oporretan por ejemplo zer eitten dozue, gehiau ikusi. gitxiau.?” galderak (kode egituratzaileak) “2.3 Telebistaren denbora (astiarekiko)” kode fokalizatuaren parte direla ezarri da:

⁴⁷⁶ Ikus “Kontsulta tresna – Query tool” atala.

24. IRUDIA: SARE BISTA: KODEEN ARTEKO HARREMAN SEMANTIKOAK



Iturria: Norberak egina.

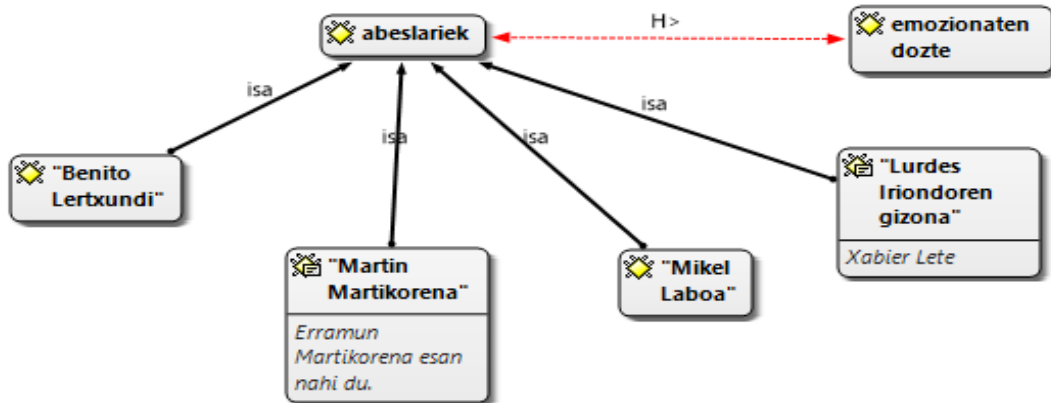
Irudikoa bezalako harreman hierarkikoak ezarri ahal izatea funtsezkoa da azterketa eta kodeketa estrategiei begira⁴⁷⁷. Sare bistak ahalbidetzen duen errepresentazio grafikoaz haratago, kode eta aipuen arteko harreman semantikoek azterketa estrategia konplexuagoak ahalbideratzen dituzte. Kasu honetan adibidez, harreman iragankor edo trantsitiboak izanik, behin lotura hauek osatuta, Kontsulta tresnaren bidez “2.3 Telebistaren denbora” kodearen azpiko kodeen inguruko kontsulta bat eginez gero (SUB eragilearekin) bi kode egituratzaileen bidez kodetutako pasarte guztiak ere jasoko genituzke. Sare bistak, hartara, ikerketaren kodeketa estrategia eraikitzeke tresna funtsezkoak dira, eta ikerketaren azterketa-arkitektura osoa eraikitzea ahalbidetzen dute. Posible da noski kodeak eta kode familien arteko harremanak eskuz editatzea ATLAS.ti-ren menu ezberdinen bidez, baina sare bistek objektuen arteko harremanak azaleratu eta editatzeko eremu naturala eskaintzen dute.

Bestalde, sare bistek informazioa modu intuitiboan berreskuratu (kodetutako pasarteak sare bistara ekarriz, kode berriak inportatuz eta haien arteko harremanak berrazaleraziz) eta berrantolatzea ahalbidetzen dutenez, proiektuaren marko kontzeptuala eta teoria eraikuntzaren faseetan bereziki erabilgarriak gertatzen dira. Sare bistak kodeei lotutako pasarteak inportatu, hauek jatorrizko testuinguruan kontsultatu eta objektuak eta haien arteko harremanak birformulatzeko eremu ideiala dira.

25. irudian telebistak parte-hartzaile batentzat euskal abeslarietako lotura mantentzeko duen funtzioa aztertzen da: Nagusiak adin-taldeko emakume bati egindako sakoneko elkarriketa batetatik abiatuta:

⁴⁷⁷ Ikus “Azterketa eta kodeketa-estrategiak” atala.

25. IRUDIA: SARE BISTAK KODEEN ARTEKO HARREMANAK EZARTZEKO

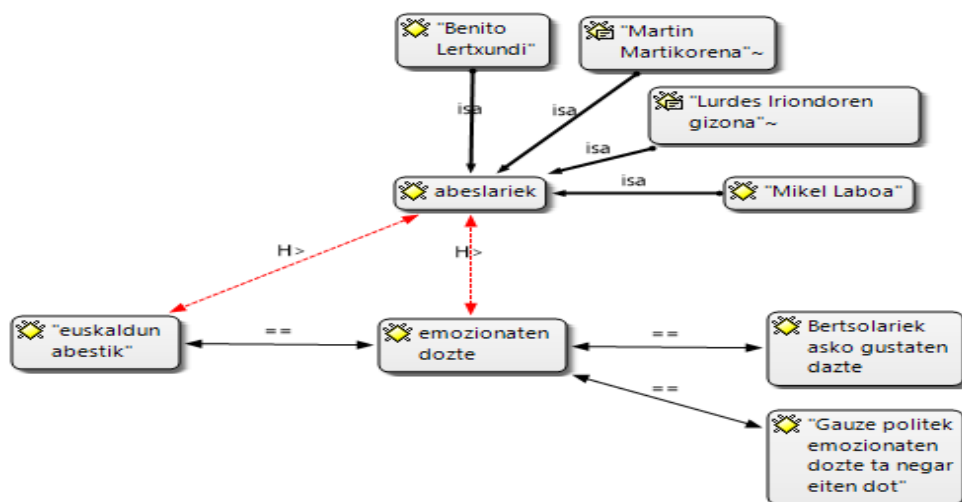


Iturria. Norberak egina.

Hala, elkarriketatuaren jardunari jarraituz, posible dugu Benito Lertxundi, "Martin" (izatez Erramun) Martikorena, Mikel Laboa eta "Lurdes Iriondoren gizona" abeslari bezala identifikatzea, eta abeslari hauek telebistarekin lotutako aisiazko esperientzia intentsoaren kontakizunarekin lotzea. Behin lotura hauek eginda (adibidez sakoneko elkarriketaren transkribapen edo kodeketa fasean) programak gorde egiten ditu, beste momentu batean harreman hauek berreskuratzea, eta IISM printzipioari jarraituz objektuen arteko ikusarazpena, Integrazioa, Serendipia eta Miaketa sustatzea ahalbidetuz.

26. irudian ikus daitekeen bezala "Emozionaten doze" In Vivo kodea sare bista berri batetara eramanda adibidez erraza da berehala beste kontzeptu batzuekin duen loturak ikusaraztea, eta telebistak elkarriketatuarentzat euskal kantagintza eta bertsolaritzarekin duen harremana bistaratzea.

26. IRUDIA: SARE BISTA KODEEN ARTEKO HARREMANAK BISTARATU ETA BERRANTOLATZEKO



Iturria: norberak egina

Sare bistek Unitate Hermeneutikoko objektuen eta kontzeptuen arteko harremanak bistaratu, antolatu, sortu eta berreskuratzea ahalbidetzen duenez, eredu interpretatibo eta azalpen teorikoak osatze aldera aukera nabarmenak zabaltzen ditu. Sare bistak, hartara, berez “hor dauden” harremanak bistaratu eta berauekin lan egiteko tresna baliotsua bilakatzen da ikerlariarentzat.

Sare bistek kodetutako aipuen, kodeen beraien eta Unitate hermeneutikoan erabili diren bestelako objektuen arteko harremanak ikusarazi, ezarri, eraldatu eta, azken batean, ikerketaren zerbitzura jartzeko aukera eskaintzen digute, eta zentzu horretan informazioaren berreskurapen eta ikusarazpenerako tresna aparta dira.

Behin ATLAS.ti-ren oinarritzko kontzeptu eta objektuak eta Informazioaren berreskurapen eta ikusarazpenerako tresnak azalduta, landa lanaren bidez jasotako datuen kodeketa zein modutan eta zein estrategiari erantzunez burutu den azaltzeko parada heldu da. Honi helduko diogu hurrengo orrialdeetan.

4.5. AZTERKETA ETA KODEKETA ESTRATEGIA GLOBALA

Abiapuntu kualitatibodun ikerketa ororen informazio ugaritasunerako joerak -bai zabaltasunean eta baita aberastasunean ere- informazioa aztertzeko irizpideak zehaztu eta ezartzera behartzen du ikerlaria. Baina aldi berean ikergaiak berak eta informazioaren izaerak aberatsak malgutasun eta sormen puntu bat ere eskatzen dio ezinbestean azterketari. Horrela, ikerlari kualitatiboa parte-hartzaileen adierazkortasuna ahalbidetuko duen irekieraren eta datuen azterketa bermatuko dion sistematizazioaren artean kokatu behar da ezinbestean, berriro ere bi muturren arteko tentsio ezeroso baina emankorrean.

Lan honetan, parte-hartzaileen ahotik jasotako informazioa antolatze aldera eta ATLAS.ti azterketa kualitatiborako softwareak eskaintzen dituen abantailetak hobeto baliatu eta malgutasuna eta sistematizazioaren arteko oreka bilatu asmoz 27. irudian laburtuta ikus daitekeen azterketa eta kodeketa estrategia globala jarraitu da. Guztira, hiru azterketa begirada ezberdin baina elkarlotu jarraitu dira (deduktiboa, induktiboa eta abduktiboa), bost kodeketa modu (Atributuzkoa, fokalizatua, egituratzailea, in vivo eta teorikoa) eta bi kodeketa ziklori lotuta.

Lehenengo kodeketa zikloan begirada deduktiboa eta induktiboa uztartu dira, ikertzaileak aurrez-aurretik definitutako eremuak esploratu (atributuzko, egiturazko eta fokalizatutako kodeen bidez) eta subjektuek eurek proposatutako termino eta kontzeptuak artikulatzeko (In

Vivo kodeen bidez). Begirada deduktiboa aurretiaz ezagun zaizkigun premisa, hipotesi edo abiapuntuetatik abiatzen den azterketa estrategia planteatzen ditu ondorioak bilatzeko. Logika deduktiboak aurrez definitutako kategorien inguruko ezagutza eskaintzen digu; kasu honetan kodeketa estrategia hirukoitz batekin (parte-hartzaileen koordinatu soziodemografikoak, gidoi orokorraren gai nagusiak eta ikerlariak landa-lanean egindako galderak) Nork, Zeri eta Non kategorien inguruko ondorioak marraztea ahalbidetuz. Arrazoibide induktiboa berriz, esperientzian oinarritutako aurrikuspen edo ondorioztatzeak egitean oinarritzen da. Bestela esanda, behatutako fenomenoaren agerpen eta ezaugarrietatik abiatuta orokortu ahal izatea bilatzen du. Lan honen kasuan prozesu hau parte-hartzaileen terminoetatik abiatuta burutu da, in vivo kodeketaren bidez.

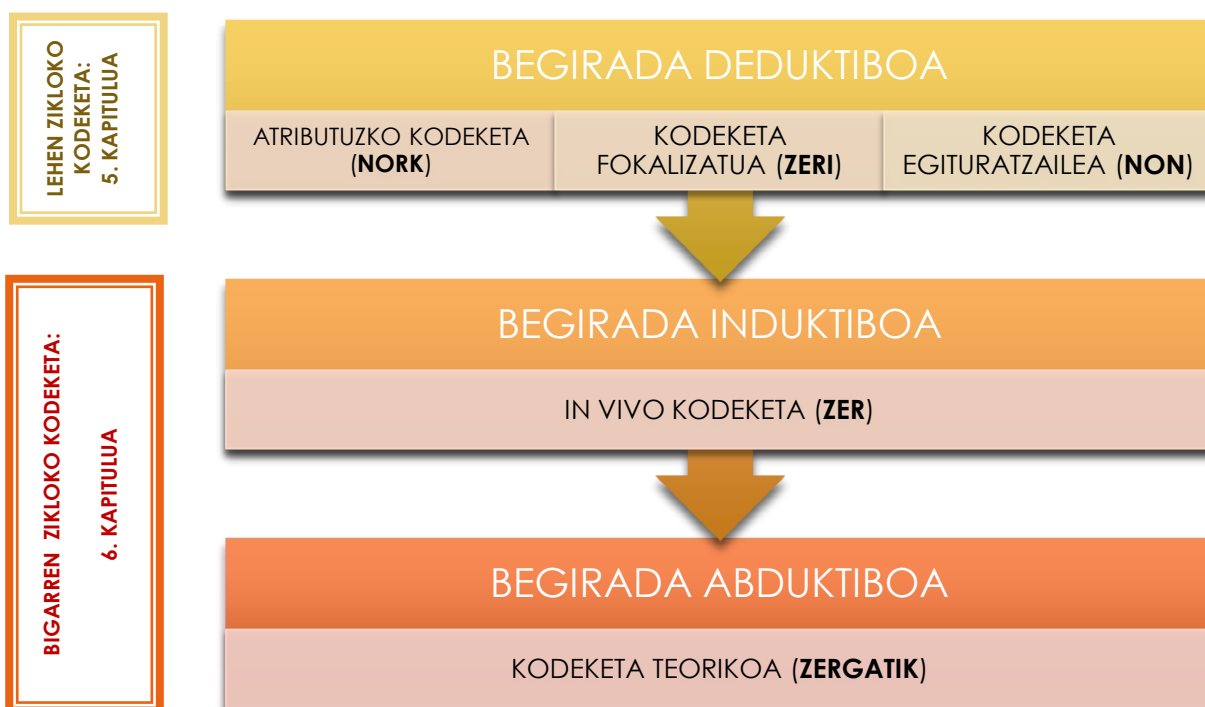
Lau kodeketa estrategia eta bi begirada logiko edo arrazoibide biltzen dituen lehenengo zikloko kodeketako begirada deduktiboaren emaitzak 5. kapitulan jasotzen dira, kasu azterketaren kontzeptuzko analisisan. 6. kapitulan berriz lehenengo kodeketa zikloko begirada induktiboa eta bigarren kodeketa zikloari dagokion begirada abduktiboa jasotzen dira proposatutako kasu azterketaren eredu esplikatiboan. Azterketa estrategia abduktibo honen emaitza da kodeketa teorikoa.

Arrazonamendu abduktiboak behatutako fenomenoaren proposatutako azalpena erdiestea du helburu, aztertutako kasuak azalduko lituzkeen hipotesi esplikatiboa proposatzea. Abdukzioa dedukzioarengandik ezberdina da, ez baita aztertutako fenomeno aurrez ontzat emandako ezagutzaren arabera ondorioztatzen, eta indukzioarengandik ere bereizten da, ez baita behatutako kasuetatik orokortzerik egitea bilatzen, hauen azalpen bat proposatu baino. David Gauntlettek laburbildu bezala (Gauntlett, 2007: 49-50):

Abdukzioaren ideia zientzialariak kasu kopuru bat behatu eta behatutakoaren azalpen kausal bat proposatzean datza. Hau indukzioarengandik ezberdina da, espekulazioa ez baita etorkizuneko kasuen inguruan ematen, gehiago da behatutako kasuen (proposatutako) azalpen bat. Eta dedukzioarengandik ezberdina da, kontakizuna ez baita halabeharrez behaketetatik zuzenean "irakurtzen", baizik eta behatutakoaren *kausa* bat proposatzen du.⁴⁷⁸

⁴⁷⁸ "The idea of abduction is that the scientist observes a number of cases and proposes a causal explanation for what is observed. This is different from induction, because the speculation is not about future cases, rather is a (proposed) explanation for the observed cases. And it is different from deduction, because the account is not necessarily 'read' directly from the observations, but proposes a cause of these observations."

27. IRUDIA: INFORMAZIOAREN AZTERKETA-ESTRATEGIAK



Iturria: Norberak egina

Behin azterketa eta kodeketa estrategia globalaren eskema orokorra aurkeztuta, hurrengo orrialdeetan banan-banan aztertuko dira lanean zehar erabilitako kodeketa ezberdinak.

4.5.1. ATRIBUTUZKO KODEKETA (NORK)

Ikerketa kualitatibo gehienetan nolabaiteko atributuzko kodeketa burutzen da (Saldaña, 2009:55), finean, parte-hartzaileei buruzko oinarritzko informazioa baliagarria izan ohi delako. Ikerketa honetan parte-hartzaileen datu eta ezaugarri demografikoak jasotzen ditu (adina, sexua, eta eztabaida edo elkarriketa saioa burutu den tokia), hauen arabera informazioaren kudeaketa eta berreskuratzea ahalbidetuz.

Atributuzko kodeen bidez pasarte bakoitza zehazki nork esan duen, hau da, pasarte zein parte-hartzailearena den kodetu da. Ikerketa honetan gainera kodeketa mota honek garrantzia berezia du, helburua adin-talde eta belaunaldi ezberdinen telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak alderatu eta haien arteko antzekotasun eta ezberdintasunak identifikatu eta azaltzea delako: atributuzko kodeketak parte-hartzaileen adinaren arabera alderaketak egitea ahalbidetu digu, jasotako informazioa adin-taldearen arabera multzoetan antolatuz, eta gakoak diren aipamenak adina edo sexua bezalako aldagaiekin lotzeko aukera irekiz.

Kode hauen izenei dagokienez berriz, anonimotasuna bermatze aldera jatorrizko partaideen izenak hiru marka ezberdin (gehi laugarren bat, hala behar izan denean) daramatzan ezizen batez ordeztu dira:

- Eztabaida taldea edo sakoneko elkarrizketa burutu den tokia (*eztabaida taldearen marka*): AL (Algorta), AU (Aulestia), BE (Bermeo), BI (Bilbao), DU (Durango), MU (Mungia), LE (Lekeitio), LE (Lezama), LA (Larrabetzu), MUS (Muskiz), SA (Santurtzi).
- Parte-hartzailearen adina (*adin-marka*).
- Parte-hartzailearen sexua (*sexu marka*): (E)makumezkoa edo (G)izonezkoak.
- Kasu batzuetan, parte-hartzaile ezberdinei aurreko hiru marka berak dagozkie (saio berean adin eta sexu bereko parte-hartzaileak aurkitu direnean). Kasu hauetan laugarren marka bat gaineratu zaie, a, b, d hizkiez osatua, batzuk eta besteak elkarren artean bereizteko.

Hala, *AL 77 E* kodeak Algortako Eztabaida Talde batean parte hartutako 77 urteko emakumezkoa adierazten du, eta *BI 88 G b* kodeak Bilboko Eztabaida Talde batean parte hartutako 88 urteko gizonezkoa (saio, adin eta sexu bereko beste parte-hartzaile batengandik bereizteko b bat jarri zaiolarik izenordearen amaieran).

4.5.1.1. ATRIBUTUZKO KODEAK ETA ADIN TALDEAK.

Atributuzko kodeak funtsezkoak dira tesi honetan, haiek egin baitute posible adin-taldeen eta adin ezberdinetako parte-hartzaileen arteko alderaketak burutzea. Hau horrela da, aurreko atalean azaldu bezala, landa landean zehar jasotako pasarte bakoitzak berau adierazi duen parte-hartzailearen adina kodetuta duelako⁴⁷⁹.

Honela, 17 parte-hartzaile daude *Gazteak* adin taldean, 16 *Helduak 1* taldean, 23 *Helduak 2* taldean eta 15 *Nagusiak* taldean. Guztira 74 pertsonak hartu dute parte ikerketa honen landa lanean: 73 parte-hartzailek eta moderatzaileak. Hortaz, 74 da guztira lan honetan erabili diren Atributuzko kodeen kopurua. 17. taulak corpusaren azterketan erabili diren atributuzko kode guztiak jasotzen ditu, bakoitzaren funtsa (kodeari lotutako edo kodetutako aipuak, hau da, parte-hartzaile bakoitzak landa lanean zehar burutu dituen eskuhartzeen kopurua) eta dentsitatearekin (kodeari lotutako beste kodeak) batera.

⁴⁷⁹ Ikus aurreko atala atributuzko kodeen marken azalpen batetarako.

19. TAULA: ATRIBUTUZKO KODEAK ADIN-TALDEKA {FUNTSA-DENTSITATEA}

GAZTEAK (18-35)	HELDUAK 1 (35-50)	HELDUAK 2 (50-65)	NAGUSIAK (65<)
AL 21 E {10-3} AL 26 E {21-5} AL 27 E {33-4} AL 30 E {36-4} AL 32 E {28-4} AL 34 G {51-4} DU 21 E {64-1} DU 21 G {51-1} DU 23 G {62-1} DU 24 E {99-1} DU 24 G {104-1} DU 24 G b {66-1} MU 20 E {145-1} MU 21 E {92-1} MU 21 E b {99-1} MU 24 G {47-1} MU 25 G {113-1} BI 29 E {69-1}	AL 40 G {36-4} BE 37 E {120-1} BE 37 G {102-1} BE 40 E {116-1} BE 40 E b {163-1} BE 40 G {54-1} BE 41 E {105-1} BI 38 E {29-1} BI 39 G {67-1} BI 39 G b {77-1} BI 43 E {87-1} BI 47 E {89-1} BI 49 E {39-1} BI 50 E {114-1} LA 40 G {35-1} MU 47 E {89-1} MUS 47 G {69-1}	AL 56 G {52-4} AL 60 E {14-4} LE 52 E {109-1} LE 52 G {39-1} LE 53 E {116-1} LE 53 E b {70-1} LE 54 E {141-1} LE 55 G {36-1} LE 57 G {66-1} LE 59 G {93-1} MU 51 E {99-1} MU 55 E {112-1} MU 56 E {68-1} MU 56 G {39-1} MU 58 G {70-1} MU 62 G {102-1} SA 50 E {62-1} SA 52 G {109-1} SA 52 G b {101-1} SA 53 G {70-1} SA 56 E {88-1} SA 57 E {66-1} SA 57 G {49-1}	AL 77 E {20-5} AU 67 G {114-1} AU 71 G {126-1} AU 74 E {78-1} AU 75 E {133-1} AU 77 G {144-1} AU 80 E {53-1} AU 85 E {100-1} BI 75 G {45-1} BI 83 E {23-1} BI 88 G {30-1} BI 88 G b {49-1} BI 88 G d {28-1} LE 78 E {71-2} LEZ 67 E {160-1}
Guztira 17 parte hartzaile	Guztira 16 parte hartzaile	Guztira 23 parte hartzaile	Guztira 15 parte hartzaile
MODERATZAILEA {1409-0}			

Iturria: Norberak egina

Funtsari edo kodetutako pasarte kopuruari erreparatuta, berehala ikusten da parte-hartzaileen artean ezberdintasun handiak daudela, batzuk oso gutxitan hartzen baitute parte (kasu batean 10 aldiz bakarrik saio osoan) eta beste batzuk aldiz ia-etengabe (141 aldiz kasu batean).

Hasiera batean Sakoneko Elkarrizketetan elkarrizketatutako subjektuek Eztabaida Taldeetako parte-hartzaileek baino funtsatze maila handiagoa agertzen dutela irudi lezakeen arren (azken batean saio osoa baitute haientzako, denbora eta parte-hartzeko aukerak beste taldekideekin elkarbanatu beharrean), aldea ez da hainbestekoa, atributuzko kodeketaren bidez pasarte osoak kodetu baitira, hau da, subjektuak parte hartzen duen aldi bakoitza. Sakoneko elkarrizketetan erantzunak luze eta sakonagoa eta hitzaren txandakatzea geldoagoa izan da, eta ondorioz denbora tarte handiagoa izan duten arren, Sakoneko Elkarrizketetako parte hartzaileek ez dute askoz funtsatze maila handiagorik ageri gehienetan: BI 29 E {69-1} | LA 40 G {35-1} | MUS 47 G {69-1} | BI 39 G {67-1} | LE 78 E {71-2} | LEZ 67 E {160-1}. Moderatzaileak, bistan denez, parte-hartzaile guztien artean parte-hartze handiena izan du, 1410 aldiz parte hartu duelarik, galderak eta iruzkinak eginez landa lanean zehar.

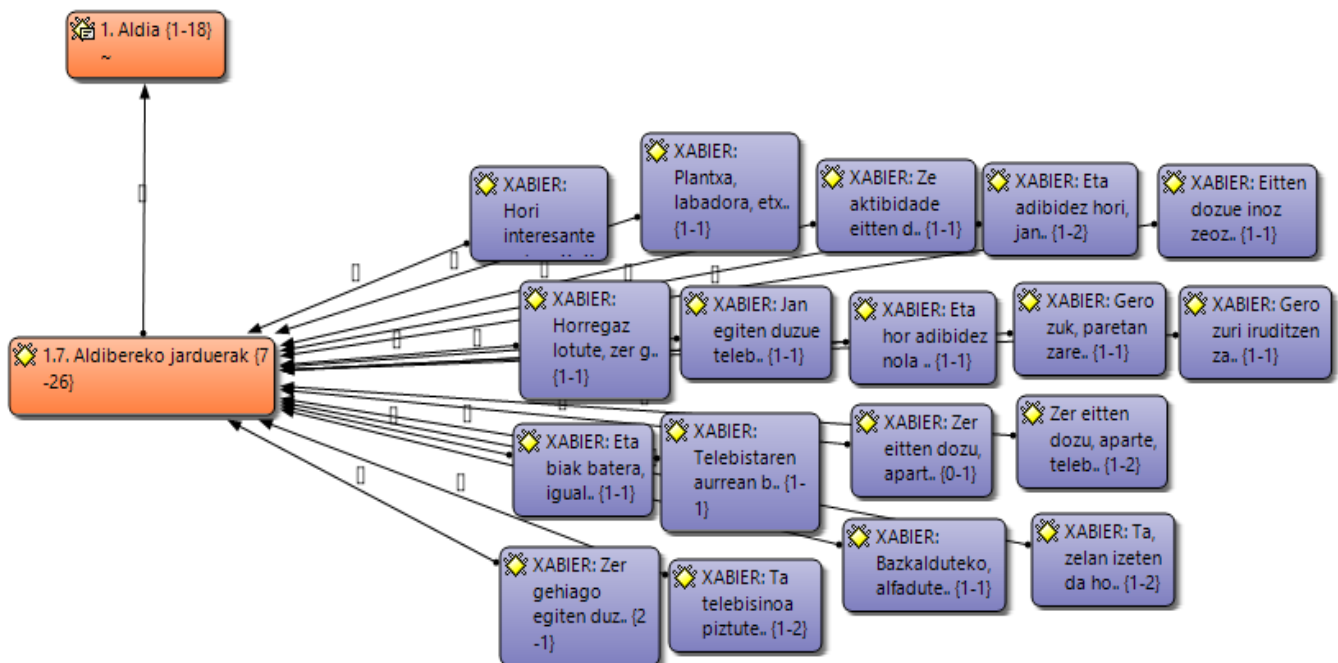
Oro har, Atributuzko kodeek oso dentsitate txikia dute, eztabaida talde edo sakoneko elkarrizketa bati lotuta baitaude. Dentsitate handiagoa agertzen duten kasuek bestelako koderen batekin egindako lotura azaltzen dute, ikerlariarentzako ohar gisa (kontzeptu batekin bereziki lotuta agertzen direlako, edo beste parte hartzaile batek esandakoa baieztatu edo ezeztatzen dutelako adibidez).

4.5.2. KODEKETA FOKALIZATUA (ZERI)

Kodeketa fokalizatuak ikerketaren azterketa kategoria nagusiak zehazten ditu; ikerlariak aurrez aurretik aztergai bezala definitutako eremu nagusiak. Saldañak (Saldaña, 2009) bigarren zikloko kodeketa gisa aipatzen baditu ere (hala da, neurri batean, marko teorikoan landutako hasierako kodeetatik abiatutako kodeak baitira) lan honetan lehen zikloko kode bezala erabili dira, azterketarako kategoria deduktibo nagusiak proposatu eta kode egituratzaileak⁴⁸⁰ hauen arabera antolatzeko.

Kode fokalizatuak landa-lanaren azterketarako hezurduraren osagai funtsezkoa dira, jasotako informazioa azterketarako kategoria nagusietan (kategoria fokalizatueta) antolatzea ahalbidetzen digutelako. Aldi berean, Kodeketa Fokalizatuak Astia-Aldia-Aisia ereduarekin lotura gordetzea ahalbidetu digu, landa laneko saioetako elkarriketa eta saioetan egindako galderen eta aztertu nahi diren eremuen arteko zubi lan malgu baina egonkorra eskainiz. Kodeketa estrategia honetan pasartearen edukiari baino gaiari, kokatzen den azterketa eremuari erreparatzen dio, informazioa antolatzeko. Ez dugu parte-hartzaileek erantzundakoa kontuan hartu, *zeri* erantzun dioten baino. Kodeketa fokalizatuak lan honetan logika deduktiboa erabili du, erabat, a priori ezarritako kategoria-kateen arabera antolatuz jasotako informazioa.

28. IRUDIA: KODEKETA FOKALIZATUA (LARANJAZ) ETA EGITURATZAILEAREN (URDINEZ) ARTEKO HARREMANA



Iturria: Norberak egina.

⁴⁸⁰ Ikus hurrengo azpi-atala: Kodeketa egituratzailea (NON).

Kodeketa fokalizatuak gidoi erdi-egituratuaren baitako 31 elementuak hartzen ditu kode bezala⁴⁸¹, gehi Astia-Aldia-Aisia eta belaunaldiak ardatzak. Gidoiarekin lotura errazte aldera kodeketan zenbakikuntza ere errespetatu da. Adibidez, 28. irudian, *Aldia* ardatzaren menpeko “1.7 Aldibereko jarduerak” kode fokalizatuak landa lanean zehar erabili diren egiturazko kode ezberdinekin duen lotura azaltzen da.

4.5.2.1. KODE FOKALIZATUAK ETA ADIN TALDEAK.

Kode fokalizatuek banda edo giltzarri lana burutzen dute, bai landa laneko saioetan, gidoi erdi-egituratuaren galderak artikulatuz, bai prozesu analitikoan ere, kode egituratzaileak ikerketa-ardurekin lotuz eta adin-taldean arteko alderagarritasuna ahalbidetzerakoan.

Kode fokalizatuek ez dute apenas zuzenean corpuseko pasarterik kodetzen eta, hori dela eta, funtsatze maila baxuak agertzen dituzte. Kontrara, dentsitate handiko kodeak dira, kode fokalizatuak eta kode egituratzaileak semantikoki lotuta daudelako⁴⁸². Hartara, kode fokalizatu bakoitzaren dentsitate maila da garrantzizkoena, Eztabaida Talde eta Sakoneko Elkarrizketetan gai horren inguruan egindako galdera kopurua adierazten baitu.

20. TAULA: KODE FOKALIZATUAK ALDIA-ASTIA-AISIA + BELAUNALDIAK ARDATZETAN ANTOLATUTA (FUNTSA, DENTSITATEA)

1. Aldia	2. Astia
1.1. Telebista Bai/ez {0-21} 1.2. Telebista (ikustearen) denborak {0-39}~ 1.3. Telebista kantitatea- {0-20} 1.4. Telebistaren tokiak {1-29} 1.5. Zein telebista(k) {0-17} 1.6. Konpainia {3-30}~ 1.7. Aldibereko jarduerak {7-26} 1.8. Telebistako edukiak {2-52} 1.9. Arreta {0-15}~ 1.10. Berba {0-26} 1.11. Zapping {2-15}~ 1.12. Telebistaren ondoko teknologiak {1-40}~ 1.13. Telebista internet bidez {0-17} 1.14. Telebista erosita/ordainduta {0-10}~	2.1. Norberaren astia(Idia) {1-14} 2.2. Astia eta telebista {2-20} 2.3. Telebistaren denbora (astiarekiko) {0-28}~ 2.4. Oporrak/lana {0-9}
3. Aisia	4. Belaunaldiak
3.1. Zer da telebista (ikustea)? {1-31} 3.2. Onuragarri/kaltegarri {0-14} 3.3. Esperientziak/emozioak {2-33} 3.4. Telebistaren erabilerak/funtzioak {1-51} 3.5. Nola ulertu telebista? {0-11} 3.6. Telebista definitu {0-9} 3.7. TB ideiala {1-21} 3.8. Aisia autotelikoa {0-13}~ 3.9. Aisia exotelikoa {0-12}~ 3.10. Aisia absentea {0-20}~ 3.11. Aisia kaltegarria {1-28}~	4.1. Belaunaldian partaidetza {1-20} 4.2. Belaunaldien arteko ezberdintasunak {2-34}

Iturria: Norberak egina.

⁴⁸¹ Ikus 11. taula: “Eztabaida talde eta sakoneko elkarrizketetarako gidoia orokorra (gai nagusiak).”

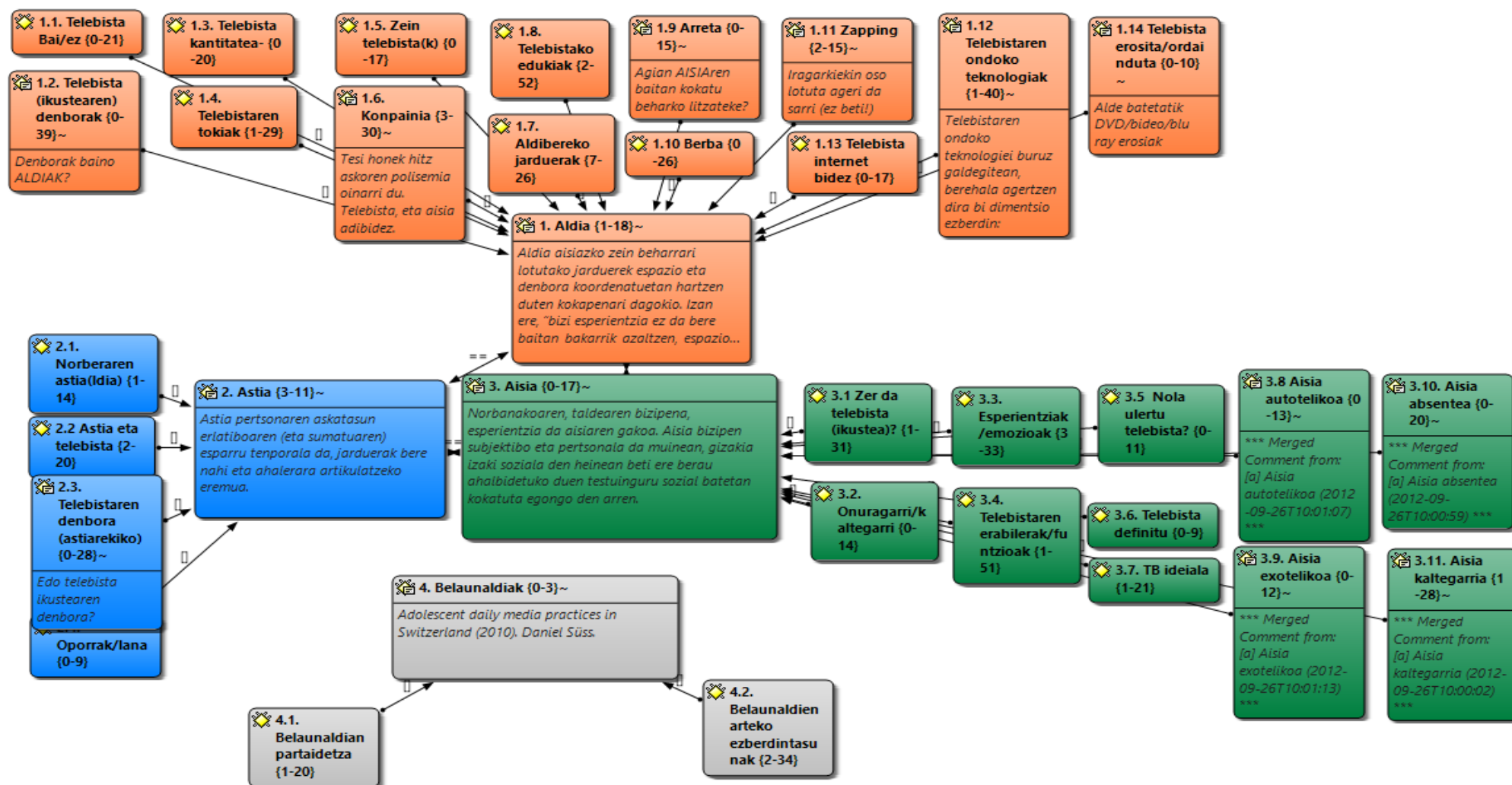
⁴⁸² Ikus 28. Irudia.

Funtsatze mailari dagokionez, ikerlariaren ohar bezala erabili dira, azterketa eremu batekin lotura zuzen eta argia zuten testu pasarteren bat kodetzerako orduan, baina oro har ez da testu-pasarterik zuzenean kodetu Kode Fokalizatuen bidez, zeharkako kodeketa egiteko erabili direlako. Kode fokalizatuekin zuzenean pasarterik kodetu ez den arren, posible da berauekin lotuta dauden kode egituratzaileekin kodetutako pasarteak berreskuratzea⁴⁸³. Honek oso informazio interesgarria eskaintzen digu, adin-talde ezberdinetan gidoi orokorreko zein gairen inguruan (*ZERI* galderari erantzunez) hitz egin den azaltzen digulako.

Hurrengo hiru orrialdeetan kode fokalizatuek landa lanean izan duten lekua argitzen lagun dezaketen hiru figura aurkeztuko ditugu. 29. irudian kodeketa fokalizatuaren eskema orokorra ikus daiteke, erabili diren kode fokalizatuek Aldia-Astia-Aisia + Belaunaldiak ereduarekin duten harremanaren adierazgarri. Sare bista hau erabili da hogeita hamabost kodeak gidoi orokorreko lau bloke nagusiei lotu ("BTP" harreman semantiko iragankorraren bidez) eta gerora kontsulta tresnaren bidezko bilaketak egin ahal izateko.

⁴⁸³ Ikus "Kontsulta Tresna: Query Tool" atala.

29. IRUDIA: KODEKETA FOKALIZATUA: ESKEMA OROKORRA



Iturria: Norberak egina.

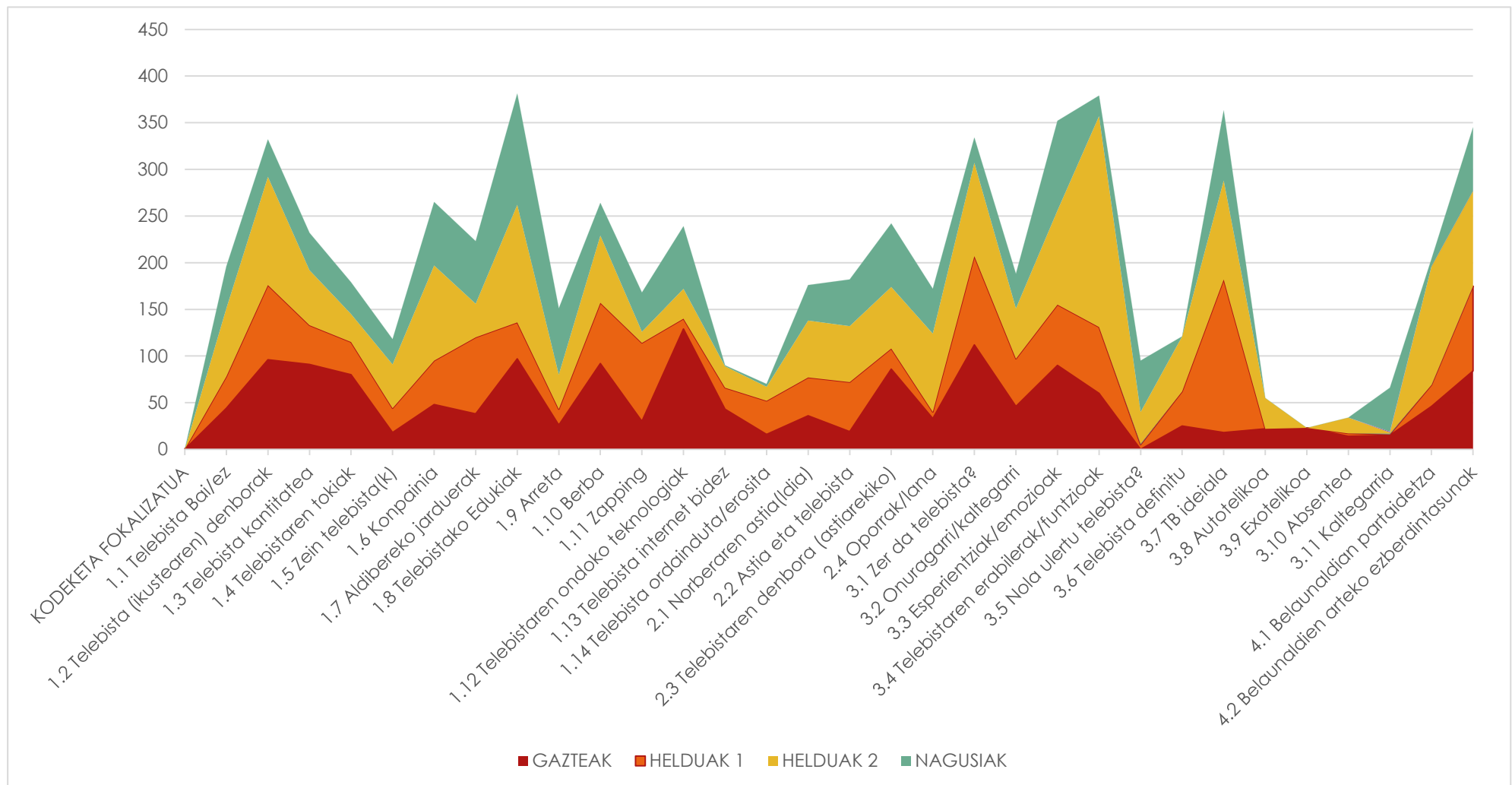
21. taulak zifratu kode fokalizatuen eta atributuzko kodeen arteko gurutzaketa agertzen du, gai bakoitzaren inguruan adin-talde bakoitzeko zenbat eskuhartze egon diren adieraziz. Bestela esanda, adin-talde ezberdinetan banatuta gai nagusi bakoitzeko hitza zenbat aldiz hartu den adierazten du. Letra lodiz markatu dira adin-talde bakoitzeko bi kode fokalizatu eztabaidatuenak. Azkenik, 5. grafikoan gaikako eta adin-talde bakoitzeko pasarte pilatu kopurua irudikatzen da, adin-talde bakoitzean gehien eta gutxien hitz egin denari buruzko panoramika global bat eskainiz, paisaia menditsu bat bailitzan. Grafikoak gainera, adin-talde arteko berdintasun eta ezberdintasunetan erreparatzeko aukera eskaintzen digu.

21. TAULA: PASARTE KOPURUA KODE FOKALIZATU ETA ADIN TALDEKA

	GAZTEAK	HELDUAK 1	HELDUAK 2	NAGUSIAK
1.1 Telebista Bai/ez	44	34	73	45
1.2 Telebista (ikustearen) denborak	96	80	116	40
1.3 Telebista kantitatea	91	42	59	40
1.4 Telebistaren tokiak	80	35	30	34
1.5 Zein telebista(k)	18	26	47	27
1.6 Konpainia	48	47	102	68
1.7 Aldibereko jarduerak	38	82	36	67
1.8 Telebistako Edukiak	97	39	126	119
1.9 Arreta	26	17	37	71
1.10 Berba	92	65	72	35
1.11 Zapping	30	84	12	42
1.12 Telebistaren ondoko teknologiak	129	11	32	67
1.13 Telebista internet bidez	43	23	23	1
1.14 Telebista ordainduta/erosita	16	36	15	3
2.1 Norberaren astia(Idia)	36	41	61	38
2.2 Astia eta telebista	19	53	60	50
2.3 Telebistaren denbora (astiarekiko)	86	22	66	68
2.4 Oporrak/lana	33	7	84	48
3.1 Zer da telebista?	112	95	100	27
3.2 Onuragarri/kaltegarri	46	51	54	37
3.3 Esperientziak/emozioak	90	65	101	96
3.4 Telebistaren erabilerak/funtzioak	60	71	226	22
3.5 Nola ulertu telebista?	0	5	34	55
3.6 Telebista definitu	25	37	59	0
3.7 TB ideiala	18	164	106	75
4.1 Belaunaldian partaidetza	46	23	127	8
4.2 Belaunaldien arteko ezberdintasunak	84	91	102	68
	1577	1350	2011	1298

Iturria: Norberak egina.

5. GRAFIKOA: KODEKETA FOKALIZATUA ETA ADIN-TALDEAK (PASARTE KOPURUA, PILATUA)

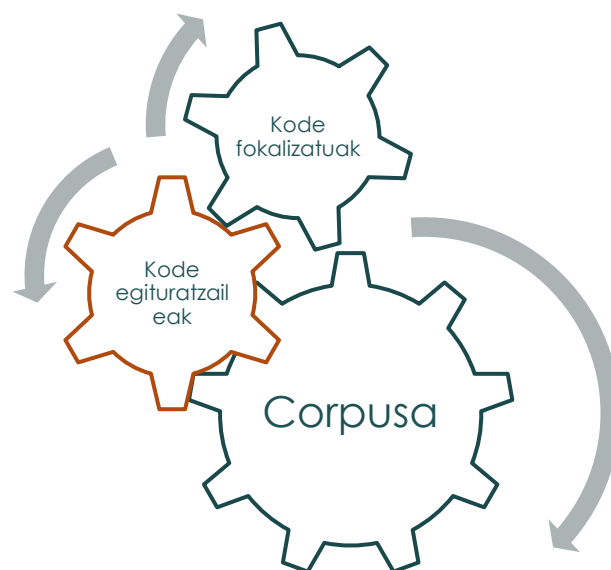


Iturria: Norberak eginaKodeketa Egituratzaila (NON)

Kode egituratzaileak landa laneko ikerlariaren galderetan zuzenean oinarritutako kodeak dira. Alde batetik datuen segmentu bat kodetu eta kategorizatzeko ikergai edo ardura zehatz bat hartzen dute (“Noiz ikusten duzu gehiago telebista, astegun edo asteburuetan?” adibidez) gerora datuen segmentu hori berreskuratu eta beste galdegaiekin alderatzea ahalbidetuz⁴⁸⁴ (McQueen, McLellan-Lemal, Bartholow, & Milstein, 2008: 124). Bestetik, lan honetan hitzez-hitz hartu da kode egituratzaileen galdera izaera, ikertzaileak landa-lanean zehar parte-hartzaileei egindako galderak eurek erabiliz kode egituratzaile gisa. Eztabaida Talde eta Sakoneko Elkarriketetan ikertzaileak burututako galdera errealak edo In Vivo galderak⁴⁸⁵ dira kode egituratzaileak.

Edozelan ere, kodeketa egituratzailearen eginkizuna, izenak berak dioen bezala, ikertzaileak jasotako datuak egituratzean datza. Kodeen eta testuaren arteko harremanari erreparatuta, aspaldiko egia dirudien arren, lan honetan bereziki garrantzitsua da kode egituratzaileen zeregina, estrategia deduktiboaren zutabe den kodeketa fokalizatuarekin zubi-lana burutzen baitute, arestian aipatutako sistematizazioa (ikerlariaren a priorizko kategoriak) eta malgutasuna (landa lanean zehar jazotako elkarrekintzak jasotzea) ahalbidetuz aldi berean:

30. IRUDIA: KODE EGITURATZAILEAK, KODE FOKALIZATUAK ETA DATUEN CORPUSA.



Iturria: Norberak egina.

Kode egituratzaileek datuen corpusaren lehenengo etiketatu kontzeptuala burutzen dute ikerlariaren a priorizko galderak erabiliz erreferentzia bezala. Horrela bere horretan

⁴⁸⁴“Structural Coding applies a content-based or CONCEPTUAL PHRASE representing a topic of inquiry to a segment of data that relates to a specific research question used to frame the interview.”

⁴⁸⁵ In Vivo kodeak beren-beregi beste kodeketa eredu bat bezala erabili dira lan honetan. Ikus “Azterketa eta kodeketa estrategia globala”atalean “In Vivo Kodeketa (ZER).”In Vivo galderak terminoa erabili beharrean Kode Egituratzaileak terminoa erabili da, gauzak ez nahasteko.

Kodeketa egituratzaileak ikerlari eta moderatzaileak landa-lanean zehar burututako galdera guztiak biltzen ditu, eta hauen arabera antolatzen du parte-hartzaileengandik jasotako informazioa, galdera zehatzari lotutako pasarteetan. Kodeketa fokalizatuak⁴⁸⁶ ikerketaren kategoria nagusiak biltzen dituen artean, kodeketa egituratzaileak galdera mugatu, zehatz eta partikularrak jasotzen ditu: parte-hartzaileen diskurtsoa zein testuinguru zehatzetan, elkarriketa edo eztabaidaren zein puntutan (NON) eman den finkatuz. Azterketarako sortutako aipamen eta aukeratutako pasarteak non, ikerlariaren zein galderari erantzunez sortu diren identifikatzeko balio digute kode egituratzaileek, eta hala kodedutako pasarteak beti eramango du Eztabaida edo Elkarriketako zein momentutan, zeri erantzunez sortua izan denaren informazioa.

31. IRUDIA: KODEKETA EGITURATZAILEA: "EGUNIEN ZIHER.DENBORA ASKO DEKOZU LIBRE?"

244 MODERATZAILEA: **Egunien ziherr, zurretzako, zurretzako, denbora asko dekozu libre?**

245

246 LEZ 67 E Egunen? Bai. Baina bueno, oin honek denborakaz ez dot urtetan, baia normalen ba hori, Lezamara edo joaten naz. Bueno, oin kasue partikularra deku, ze bestaldeko andratxue gaixorik dau eta bueno... Gero beren... Elena (?) nire lagune, bueno, gara ahizten moduen, eztakizu? Eta bueno, asko lagunduten dotzet, eta bueno, oingo denbore niretzat... kasi ya nekatute lotuten naz. Gaberako ja nekatute... Baina horrez aparte, denbora sobra asko. Eske.. bakarrik nau... pues... normal. Baia urtetan dot e? Joaten naz. Edo igual zeozer, diskulpe zeozer erosteko, zeozer gixi, baina etetik urten. Denbora onagaz! Honekaz denborakaz ba ez... Bai.

247

248 MODERATZAILEA: Igertzen dozu diferentziarik aste barruen eta asteburuetan?

249

250 LEZ 67 E Ni tristeago egoten naz.

251

252 MODERATZAILEA: Asteburutan?

253

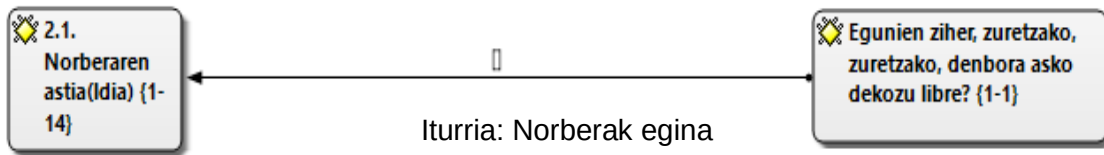
254 LEZ 67 E Bai. Aste barruen urtetan dot gehiau, igual. Bueno, asteazkenetan be urtetan dot, baina igual aste barruen gehiau.

Ikus daitekeen bezala, moderatzaileak iruzkin edo zehaztapen modura burutzen dituen “Igertzen dozu diferentzirik aste barruen eta asteburuetan?” eta “Asteburutan?” azpigalderak kode beraren barruan sartu dira, berez galdera beraren parte baitira. Behin kode egituratzailea sortuta, “Egunien ziher, zuretzako, zuretzako, denbora asko dekozu libre?” “2.1 Norberaren asti(aldia)” kode fokalizatuarekin lotu da, aipatu zubi-lana burutu ahal

292

izateko⁴⁸⁷. Denak hona ekartzeak zentzurik ez duen arren, gogoratzekoa da kode egituratzaileak 35 kode fokalizatuekin lotuta daudela⁴⁸⁸.

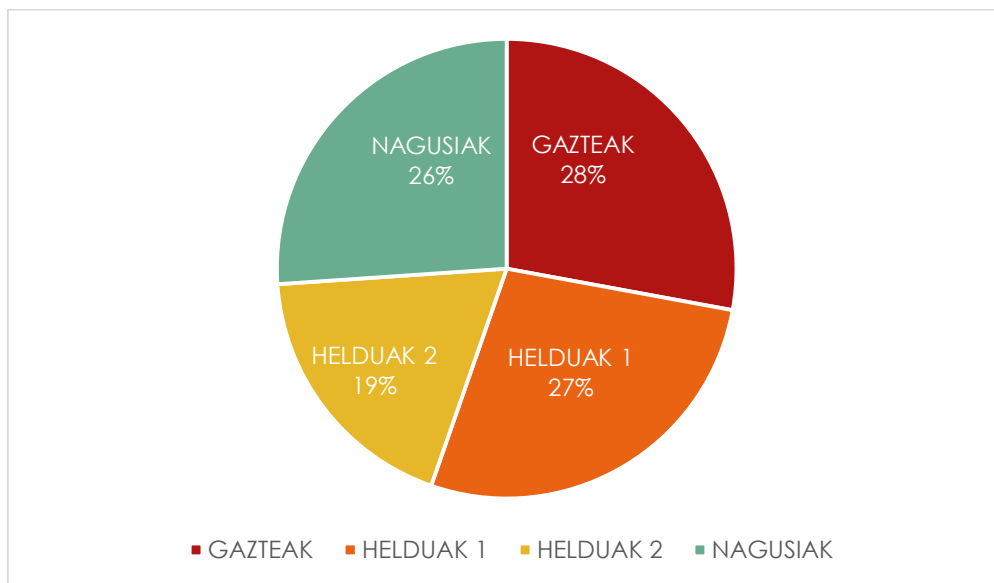
32. IRUDIA: KODE FOKALIZATUEN ETA EGITURATZAILEEN ARTEKO HARREMANA.



4.5.2.2. KODE EGITURATZAILEAK ETA ADIN TALDEAK.

Kodeketa fokalizatuari buruz jardutean kode edo gai nagusi bakoitzak eragindako erantzun kopurua aipatu badugu⁴⁸⁹, ikertzailearen galderak adin-talde ezberdinen inguruan nola banatu diren ikustea ere interesgarria da:

6. GRAFIKOA: KODE EGITURATZAILEAK ADIN TALDEKA (EHUNEKOTAN, EGINDAKO GALDERAK)



Iturria: norberak egina

Guztira 441 kode egituratzaile erabili dira kasu azterketaren corpusean, ikerlariak Eztabaida Talde eta sakoneko elkarrizketatan burututako galderak beste. Ikusten denez, nolabaiteko oreka dago lau adin-taldeetan egin diren galdera zehatzei dagokienez, Helduak 2 taldean galdera gutxiago agertzen den arren, 82 bakarrik, finean haien kabuz gehiago hitz egin duten taldea izan baitira. Beste hiru taldeetan 115-125 artean kokatu da galdera kopurua (123 Gazteak taldean, 121 Helduak 1 taldean 2 taldean eta 115 Nagusien taldean).

⁴⁸⁷ Ikus 36. Irudia: Kode egituratzaileak, kode fokalizatuak eta datuen corpua.

⁴⁸⁸ Ikus "Sare bistak" eta "Kodeketa fokalizatuak" atalak.

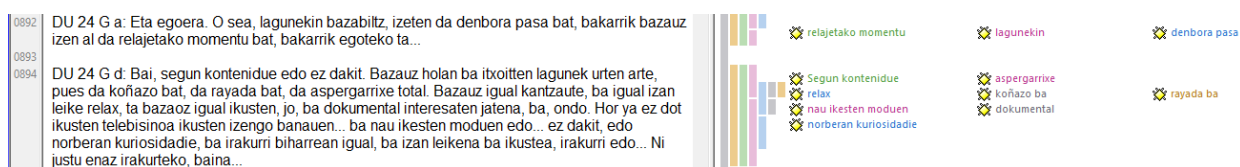
⁴⁸⁹ Ikus 19. Taula: Pasarte kopurua kode fokalizatu eta adin taldeka aurreko atalean.

4.5.3. IN VIVO KODEKETA (ZER)

Aurretik ere azaldu bezala, In Vivo kodeketan parte-hartzaileen diskurtsoko elementuak eurek, subjektuen hizkera bera erabiltzen da kodeak sortu eta testua etiketatzeko⁴⁹⁰. Eztabaida taldeen eta sakoneko elkarriketen transkribapenen kodeketa lerroz lerro egin da. 33. irudiak eztabaida talde batetako bi pasarteren kodeketa adibidea jasotzen du. Adibide honetan In Vivo kodeak bakarrik azaltzeko agindua eman zaio Atlas.ti programari, bestela beste kode mota askorekin batera nahastuta agertuko bailirateke (atributuzkoak, egiturazkoak, fokalizatuak...).

Ikus daitekeenez, lerroz lerroko kodeketa prozesuan In Vivo kodeak elkarren gainean pila daitezke, lerro berean esangura ainguratzen duten adierazpide ezberdinak daudenean (“lagunekin”, “denbora pasa”...).

33. IRUDIA: IN VIVO KODEKETAREN ADIBIDE BAT



Iturria: norberak egina.

In Vivo kodeen kopurua oso altua da (4.000tik gora dira guztira), eta hori dela eta ezinezkoa da guztiak lan honetara ekartzea. Hala ere komeni da gogoratzea in vivo kodeketak datuen etiketatze sistematiko eta zehatzak begirada induktiboaren bizkarrezurra osatzen duela, parte-hartzaileen diskurtsoaren elementu esanguratsuenak zurkaiztuz. Kasuen analisi kontzeptualaren alde induktiboa ahalbidetzeaz gainera, kasu azterketaren eredu esplikatiboaren oinarrian dagoen begirada abduktiboaren oinarri kontzeptuala osatzen dute.

Kasu azterketa honetan jasotakoa bezain corpus testual zabal batetan zaila da In vivo kodeen panoramika orokor bat eskaintzea, definizioz oso termino espezifikoak eta idiosinkratikoak baitira, maiztasun txikia agertzen dutenak. Hori dela eta ez dugu In Vivo kodeen adin taldeen araberako laburpenik eskainiko.

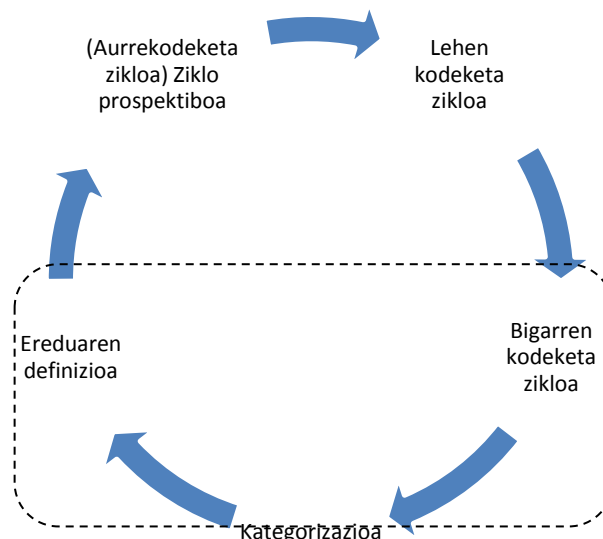
⁴⁹⁰ In vivo kodeketari berari eta lan honetan berau burutzeko erabilitako irizpideei buruz gehiago jakiteko jo 4. Ataleko metodologiaren azalpenera.

4.5.4. KODEKETA TEORIKOA (ZERGATIK)

Aurreko kodeketa guztietan neurri batetaraino ere honela den arren, kodeketa teorikoak bereziki eskatzen du ikerlariaren partehartzea subjektu bezala: behatu eta jasotakoaren azalpena osatzeko interpretazioa ezinbestekoa da. Zentzu horretan, eta Klaus Bruhn Jensenek jaso bezala, kodeketa teorikoak ikerketa kualitatibo osoarena den izaera islatu eta laburtzen du: “ikerketa kualitatiboa bereizten duena interpretazioaren izaera unibertsala da ikerketa prozesu osoan zehar” (Jensen, 2012: 266). Bestela esanda, kodeketa teorikoan aurkitzen dugu ikerketa kualitatiboaren muina.

Robert Mertonek esana da maila ertaineko teoriek – hau da, teoria orobiltzaile edo dena azaltzea bilatzen ez duten azalpen teorikoek- ikerketa ariketa eta esparru teoriko abstraktuen arteko bitartekaritza lana burutzen dutela, prozesu eta testuinguru zehatzen azalpenak eskainiz (Merton, 1968: 39). Lan honetan kodeketa teorikoak helburu honi berori erantzun nahi izan dio, landa lanean bildutako kontakizunen eta abiapuntu teorikoan marraztutako esparruaren arteko artekaritza eta artikulazio lana burutuz. QDA (Qualitative Data Analysis edo Datuen Azterketa Kualitatiboa) datuen azterketa kualitatiboaren ereduari jarraituz, kodeketa teorikoa ez da amaitutzat eman daitekeen prozesu lineal bat, etengabe berraztertuz, berdefinitu eta berrantolatzen den ziklo bat baizik. 34. Irudiak jasotzen duen bezala, kodeketa teorikoa ez da isolatutako fase bat, azterketa estrategia globalean txertatutako prozesu bat baizik.

34. Irudia: QDA eredua eta kodeketa teorikoa



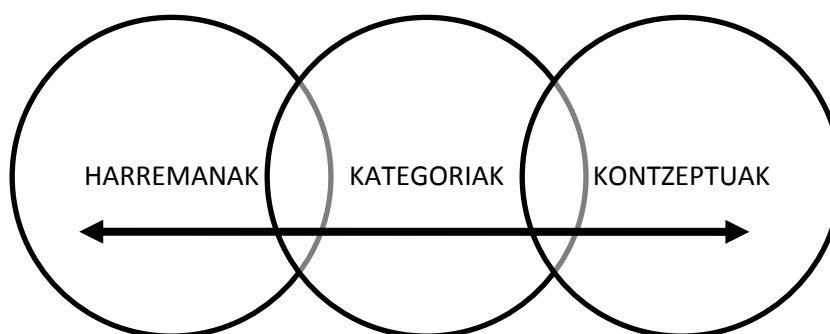
Iturria: Norberak moldatua (Casasempere, 2012)

Kodeketa teorikoak alderaketa prozesu jarraia ahalbidetu eta eskatzen du, eta modu sistematikoan burutu behar da, ikerketaren ikuspegi eta estrategia metodologikoan integraturik (Lewins & Silver, 2007). Hala, kodeketa teorikoa azaldu ahal izateko bost fase ezberdinu eta azaldu behar ditugu. Ziklo prospektiboaren fasean, ATLAS.ti bezalako programa informatikoei ahalbidetzen dituzten tresna kuantitatibo eta automatikoak erabiliz aurre-panoramika bat burutu da, geroko kodeketa zikloak gidatu edo orientatu dezaketen lehen auto-kodeketak eginez. Nolabaiteko esplorazioa egin da honela, termino klabe eta errepikakorretan oinarritutako lehen ekorketa bat.

Lehen zikloko kodeketan corpus testualaren lerroz-lerroko kodeketa egin da, hautatutako kodeketa estrategiak erabiliz (gure kasuan atributuzko kodeak, kode egituratzaileak, kode fokalizatuak eta In vivo kodeak), testuaren segmentu edo tarte esanguratsuak hautatuz eta memogintzaren bidez ⁴⁹¹ kontzeptu eta terminoei buruzko oharrak jasoz, gerora berreskuratze moduan.

Bigarren zikloko kodeketan kodeketa teorikoan sartu gara beren-beregi: bertan aurretik erabilitako lehen zikloko kodeak familiatan elkartu, lehen protokategoriak osatu eta birkodeketa burutuko da hala behar den tokietan (adibidez “Teleberrixe” eta “teleberrixagaz” terminoa “Teleberri” kodearen baitan kokatuz, edo hiru terminoak “albistegiak” familiaren baitan multzokatuz). Kategorizazio lana aldi berean egin da, kategoria ezberdinak, hauen dimentsioak eta haien arteko harremanak zehaztuz.

35. IRUDIA: KODEKETA TEORIKOA: HARREMANAK, KATEGORIAK ETA KONTZEPTUAK.



Iturria: norberak egina

Kategorizazioaren baitan ere, etengabeko alderaketa prozesu bat ematen da: alde batetik kode, dokumentu, memo eta ikerlariaren esku dauden elementuen artean sortzen doazen harremanen gainean eraikitzen dira kategoriak, eta kategoria hauetan oinarrituta osatzen ditu ikerlariak bere ekarpena izango den azalpen teorikoaren kontzeptuak (logika induktibo

⁴⁹¹ Ikus “memogintza”, kapitulu honetan bertan.

bati jarraituz, esan genezake). Baina bestetik, logika deduktibo bat ere ematen da aldi berean, kategoriek harremanak iradokitzen baitituzte, eta azaleratzen doazen kontzeptu teorikoek eurek ere kategoriak iradokitzen dituzte etengabe. Teorikokiko kodetzea birkodetzea da ezinbestean, etengabeko alderaketa, birplanteamendua eta elementu ezberdinak birkonektatu eta birplanteatzea. Hartara, kodeketa teorikoak logika abduktiboa jarraitzen duela, eta are gehiago, behar duela diogu, QDA planteamendu klasikoaren baitan.

Azkenik, prozesu osoaren sintesia osatzen duen eredu teorikoaren eraikuntzaren fasea daukagu, kodeketa teorikoaren ondorio gisa ikus daitekeena, baina aldi berean azterketa eta interpretazio ziklo berberean integratzen dena, hurrengo prospekzio ziklo bat ahalbidetuz eta QDA ziklo berri bati hasiera emanez (bai corpus beraren gainean zein beste datu iturri batzuk bilatuta). Kodeketa teorikoaren eta 6. Kapituluan aurkeztuko den eredu esplikatibo-interpretatiboaren oinarria azaltze aldera, triangulazioaren figura eta lan honetan jotzen duen papera azalduko ditugu hurrengo orrialdeetan.

4.5.5. TRIANGULAZIOA ETA EREDU ESPLIKATIBO-INTERPRETATIBOA

Triangulazioa fenomeno beraren ikuspegi eta perspektiba ezberdinak erdiesteko estrategia orokorra da (Denzin, 1970) eta azterketa maila ezberdinetan funtzionatzen duten metodo anitzak erabiltzea eskatzen du, ondorioen gaineko konfidantza maila altuagoa lortzeko (Gerring, 2007). Orotara lan honetan bi triangulazio ezberdin burutu direla esan dezakegu: triangulazio metodologikoa (eztabaida talde eta sakoneko elkarrizketak barne hartzen dituena) eta triangulazio interpretatiboa (edo triangulazio teorikoa). Lehenengoa bigarrenaren baitan kokatu daiteke (ikus 36. Irudia), eta haren oinarria osatzen du.

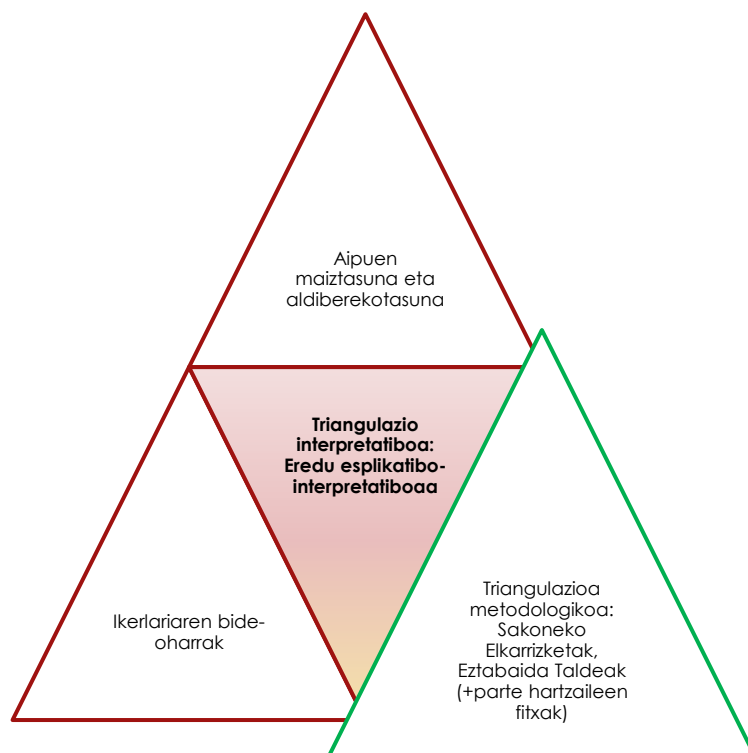
Triangulazio metodologikoan, datu-iturri eta datu-multzo ezberdinak alderatu dira (eztabaida taldeak, sakoneko elkarrizketak eta parte-hartzaileen fitxa) ATLAS.ti azterketa kualitatiborako softwarea erabiliz. Honek kasu azterketaren laginketan irizpide ezberdinak artikulatzea eta perspektiba (ahozkoa, idatzizkoa, norbanakoa, taldekakoa...) aberastasuna ahalbidetu dizkigu⁴⁹².

Triangulazio interpretatiboa aldiz kasu azterketaren eredu esplikatibo edo eraikuntza teorikoari dagokio, eta aipatu triangulazio metodologikotik haratago doa. Datu iturri (kasu eta saioak ezberdinak)⁴⁹³ eta ikerketa teknika ezberdinez gain⁴⁹⁴, aipuen maiztasun eta

⁴⁹² Ikus "Teknika metodologikoak eta gidoia" atala.

⁴⁹³ Ikus "Datu bilketa eta lagina" atala.

⁴⁹⁴ Ikus "Teknika metodologikoa eta gidoia" atala.

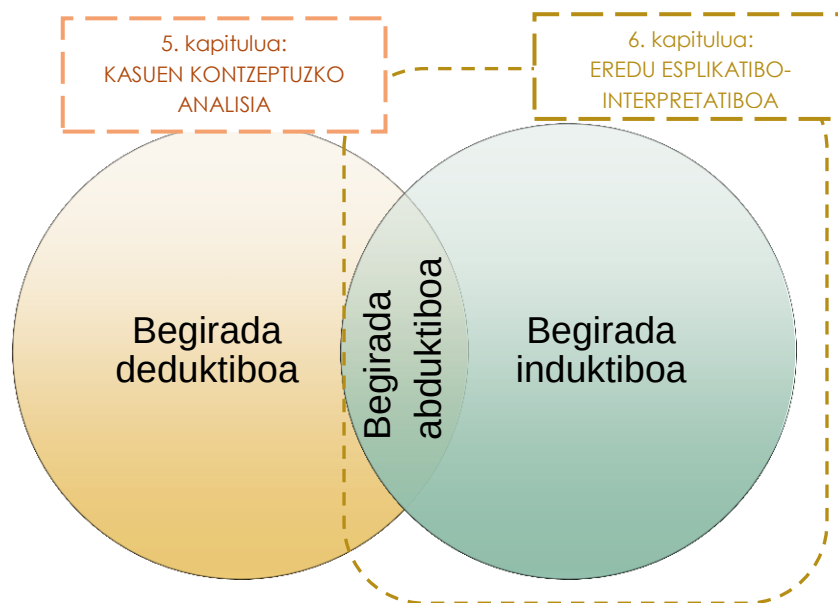


496 Ikus "Bide-oharrak: memoak eta memogintza" atala.

4.6. LABURBILDUZ: HURRENGO KAPITULUAK ETA HIRU AZTERKETA-BEGIRADAK.

Laugarren kapitulu honetan ikerketaren metodologia eta diseinua garatu ditugu, lanaren ikuspegi metodologiko orokorra lehenik, informazioa jaso eta lantzeko erabili diren tenika eta tresnak (bai gizarte ikerketakoak zein software espezializatuari dagozkionak) jarraian, eta informazioaren azterketa eta kodeketarako estrategia ezberdinak, amaitzeko. Puntu hauek argituta, lanaren abiapuntu metodologikoak tesiaren atal enpirikoan izango duen isla praktikoa azaltzeko unea iritsi zaigu. Horretarako proposatu diren hiru azterketa-begiradek eta hauei lotutako kodeketa modu ezberdinek bostgarren eta seigarren kapituluetan izango duten lekua zehaztu behar da ezer baino lehen. Ondoko irudian bost eta seigarren kapituluak osatzen dituzten kasuen kontzeptuzko analisiaren eta eredu esplikatibo-interpretatiboaren oinarri diren hiru azterketa begiradak harremanean ikus daitezke:

37. IRUDIA: KASUEN KONTZEPTUZKO ANALISIA ETA EREDU INTERPRETATIBO/ESPLIKATIBOA: HIRU BEGIRADAK



Iturria: norberak egina.

37. irudian ikus daitekeen bezala, bostgarren kapitulu osatzen duen kasuen kontzeptuzko analisiak *begirada deduktiboa* du oinarri. Haren baitan atributuzko kodeak, kode egituratzaileak eta kode fokalizatuak⁴⁹⁸ erabili dira. Tradizio akademiko anglosaxoiean “theory driven” edo goitik beherakoa ere deitu izan zaio azterketa mota honi (Proctor & Capaldi, 2006: 41-42) parte-hartzaileen diskurtsoaren ikergai diren kontzeptuen arabera

⁴⁹⁸ Ikus 4. Atalean “Azterketa eta kodeketa-estrategia globala.”

zerrendatuta eta antolatuta aurkezten baitira, haien inguruan (eta soilik haren inguruan) parte-hartzaileak emandako erantzunak jasotzeko gero.

Finean, azterketa-begirada honen bitartez ikerketaren ardura nagusiak parte-hartzaileekin sistematikoki alderatzea bilatu da, informazioa ahalik eta modu egituratu eta sintetikoenean aurkeztu ahal izateko. Kasuen kontzeptuzko analisiak aurkitutakoaren Aldia-Astia-Aisia eredu teorikoaren kategorien eta adin-taldearen arabera deskribapen konparatiboa osatzen du. Parte-hartzaileek emandako informazioa *a priorizko* kategorietan aurkezten da, kode fokalizatuen arabera antolatuta. Hartara, alderagarritasun eta sistematikotasunean irabazten da, baina parte-hartzaileen ekarpenak eta kontzeptualizazioak ikertzailearen aurrez-aurretiko kategoria eta irizpideen menpe gelditzen dira uneoro, galdera-erantzunen dinamikari, eta aurretiaz definitutako kategoriei lotuta.

Seigarren kapituluak aldiz begirada edo arrazoibide induktibo eta abduktiboa barnebiltzen ditu kasu azterketaren eredu esplikatibo-interpretatiboan. *Begirada induktibo* batetatik “data driven” (Proctor & Capaldi, 2006: 42), edo behetik gorako lojika bat jarraitu da aurrez aurretik definitutako kategoriak beharrean landa-lanean zehar aurkitutako termino natiboetatik abiatutako *a posteriorizko* kodeketa, sailkapen eta kategorizazio prozesua burutuz. Hala, in vivo kodeen bidez, parte-hartzaileek eurek erabili dituzten terminoak eurek erabili dira eztabaida talde eta sakoneko elkarriketak etiketatzeko, ikerlariak aldeztatik finkatutako kategoria eta galderei parte-hartzaileek nola erantzun dioten jaso beharrean. Ikertzailearen galdera eta gai zehatzei parte-hartzaile (eta adin-talde) ezberdinek nola erantzun dioten baino, parte-hartzaileek eurek erabilitako esapide eta berbak dira hemen aztergai, baita esapide eta berba hauek beste mintzakideek erabilitakoekin agertzen dituzten berdintasun, lotura eta ezberdintasunak ere. Honek proposamen teorikoa eraikitzeke funtsezkoak izango diren gai eta termino natiboak biltzea ahalbidetu digu, landa laneko parte-hartzaileen euren hitzak eta esapideak hartuz kategoria teorikoen oinarri bezala.

Hurbilketa deduktibo eta induktiboaren artean, azterketa-begirada abduktiboa erabili dugu kodeketa teorikoa burutzeko, ikerlariaren aurrez-aurretiko kategoriak “behetik gora” eraikitako aurrekategoriekin alderatu eta, triangulazio interpretatiboaren bidez⁴⁹⁹, belaunaldi ezberdinen telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak azal ditzakeen eredu esplikatibo-interpretatiboa osatzeko. Azterketa eta kodeketa-estrategia globala azaltzerakoan aipatu bezala, deskribapen konparatzaileak ZER galderaren forma ezberdinei erantzun dio, 6. kapituluaren proposatzen den ZERGATIK azaltzeko proposamenaren abiapuntua eskainiz. Hartara, begirada abduktiboa behatutako kasuen azalpenerako marko interpretatiboa eta hipotesi esplikatiboa eraikitza bideratu ahal izan dugu.

⁴⁹⁹ Ikus “Triangulazioa eta eredu esplikatibo-interpretatiboa” aurreko atalean.

... a somewhat difficult object, unstable, all over the place, tending derisively to escape anything we say about it: given the speed of its changes (in technology, economics, programming), its interminable flow (of images and sounds, their endlessly disappearing present), its quantitative everydayness (the very quality of his medium each and every day)...

Stephen Heath, Representing Television.

V KAPITULUA. ADIN-TALDEEN KONTZEPTUZKO ANALISIA: DESKRIBAPEN ESTRUKTURAL-KONPARATIBOA.

Kasuen kontzeptuzko analisia deitu diogun kapitulu honetan landa lanean Eztabaida Talde, Sakoneko elkarrizketa eta parte-hartzaileen galdetegien bidez bildutako informazioa jasotzen da, ahalik eta modu sintetiko eta egituratuenean. Horretarako jasotako adierazpen esanguratsuak era sistematikoan aurkezten dira, ikertzailearen galderak eta parte-hartzaileen erantzunak aldagai taldeen arabera kokatu eta adin-talde ezberdinen arteko aldeak eta berdintasunak agerian jartzea lehenetsiz.

Kontzeptuzko analisia burutzeko Aldia-Astia-Aisia ereduari jarraitu zaio, kasuen deskribapen estruktural-konparatiboa osatu arte. Horrela, kode fokalizatuak⁵⁰⁰ erabili dira adin-talde ezberdinetako parte-hartzaileek emandako erantzunak jaso eta laburbiltzeko. Kodeketa fokalizatuak kasu ezberdinetan aurkitutako oinarritzko kontzeptuen deskribapena eta alderaketa hiru ardatz hauen inguruan burutzea ahalbidetu digu, eta aldizko, astizko eta aisiazko kontzeptuen inguruan adin-taldeek agertzen dituzten antzekotasun eta ezberdintasunak nagusiak jaso ahal izan dira.

⁵⁰⁰ Kode fokalizatuen eta landa lanean burututako galderen arteko harremanari buruzko azalpen osorako, jo 4. kapituluaren "Azterketa eta kodeketa-estrategia globala atalera."

5.1. ALDIZKO KONTZEPTUAK

Aldia aisiazko zein beharrari lotutako jarduerak espazio eta denbora koordinatuetan hartzen duten kokapenari dagokio⁵⁰¹. Aldia ardatzak uneak, tarteak eta garaiak jasotzen ditu: praktika gertatzen den eta gauzatzen den denborak. Telebista ikustearen, telebistaren aurrean egotearen, telebistaren inguruan berba egitearen denborak jasotzen ditu bere aldaera objektibo eta subjektiboetan.

5.1.1. IKUSTEN AL DUZU(E) TELEBISTARIK?: ZER ETA NOIZ

“Telebista bai/ez” azterketa kategoriak eman die sarrera eztabaida talde eta sakoneko elkarrizketa guztiei, aurkezpen erronda modura taldeetan, eta behin aurkezpenak eginda izotza apurtzeko lehen galdera bezala elkarrizketetan. Bertan, telebista ikusten ote duten galdetu da, eta ikustekotan zer ikusten duten.

Gazteen artean, telebista ikustea ez da, oro har, zalantzan jartzen den zerbait; aurreuposatzen den errealitate bat dirudi sarri. Hala ere, galderari bere horretan erantzuterakoan (“ikusten al duzue telebistarik?”) apenas dago baiezkotza edo ezezko erantzun zuzenik hogeita hamabost urtetik beherakoen artean, eta baietza aitortzen denean ere, etxean fondoan egon ohi den zaratarekin identifikatzen da:

DU 24 E: (...) gabetan bai ikusten dot telebistie eta gero etxien nauenien ba apur bat, hor fonduen edo egoten da, ba sukaldatzen nagonien eta, konpainia moduen.

“Normalean ez” eta “normalean eguerdietan” bezalakoak agertzen dira, baita “gero eta gutxiago” edo “oso gutxi” bezalako adierazpideak ere, telebista zein baldintza zehatzetan ikusi ohi duten zehazteko joerarekin. Kasu bat berezia da, besteen etxeetan bakarrik ikusten baitu telebista (erabaki egin zuen telebista bere etxetik kentzea, denbora gehiegi kentzen zion eta). Zentzu horretan eztabaida berehala mugitzen da edukietara eta telebista ikusten den uneetara, hau da, “zein telebista” ikusten duten, eta “noiz” ikusten duten zehaztera. Edukien artean telesailak aipatzen dira, orokorrean (eta Simpsondarrak, sarri), futbola, albistegiak (Teleberria), eta deskonektatzeko “kokolokeriak”.

AL 30 E: Nik egunero bebai ikusten dot. Asteburuetan pelikulak gehienbat eta gauetan edozein kokolokeri, pentsa ereiten ez dauena. (...) Kokolokeriak gauetan. Gauetan deskonektetako. Ahiztak hori ez deu ulertuten baina nik eiten dotena da “klak”. Adios, ez dot ezer pentsetan.

⁵⁰¹ Ikus 1. Kapituluan “Telebistarekin lotutako aisiarako hurbilketa integrala: Astia-Aldia-Aisia eredua.” atala.

“Kokolokeri” hauek garrantzia handia dute gazte batzuen artean, batez ere lonjan ikusten (eta komentatzen) denaren gehiengoa osatzen baitute, bai mutilen eta baita nesken kasuan ere. Galderari erantzuteko bigarren modu zabalduena telebista “noiz”, zein momentutan ikusten den adieraztea da, telebista ikustearen jardura eguneko momentu zehatzekin edo eguneroko jardunarekin lotuz, eta argiro kokatuz du telebista ikustea eguneroko jardunaren baitan.

Baietz diote, baita, ikusten dutela telebista, Helduak 1 taldearen baitan elkarriketatutako pertsonen. Maiztasuna (egunero, ia-egunero, asteburuetan...), kantitatea (edo ordu kopurua) eta gustuko edukiak (pelikulak, serieak, dokumentalak, albistegiak, kirolak...) dira gehien aipatzen diren elementuak erantzuterako orduan. Orokorrean, telebista ikusten ote duten galdetzerakoan, telebista *noiz* ikusten duten eta telebistan *zer* ikusten duten erantzuten dute adin talde honetako parte hartzaileek:

BI 47 E: Telebisinue ikusi ikusten dot, eta igual. ordutxu batzuk emoten dodazela esango neuke. Ez dekot holan ordutegi finkorik egunen barruan, baia arrastien batez bere ikusten dot, arrasti-gauera. (...)

BI 49 E: (...) ez dakit esan egunero edo ia-ia egunero ikusten dot telebista. Ikustekotan asteen zehar holan eh zortziretatik aurrera, edo. Tartetxo baten, eta inoiz afaldu ostean. Ez beti. Eta gero asteburuetan nik esango nuke gehiago ikusten dodala, bai. Arratsaldean eta gabian bere bai. Luzau bebai batzutan, ta hola.

Telebista ikustea mugatu edo baldintzatzen duten beste hiru elementu agertzen dira argi eta garbi talde honetan: umeak (batez ere txikiak direnean), lana eta beste alternatiba teknologikoak. Umeek eragin handia dute adin-talde honetan, telebista ikusterako orduan. Ez bakarrik umeek eurek ikusten duten programazioa ere sarri haiek ere ikusten dutelako (maitatu ala gorroto) baita haien telebistarekiko jarrera ere baldintzatzen dutelako, ez soilik umeen jarduna zuzentzeko, baizik eta eredu egoki bat emateko ere (telebista arrisku bezala somatzen da umeentzat).

Lanaldiak ere telebista ikustea baldintzatzen du, batez ere iluntze-aldera ikusi ohi dena (gehiena), ordurako nekea igartzen baita, eta ez baita posible berandura arte irauten duten saioak jarraitzea. Ez soilik lanak, telebistaren inguruko teknologiek eragina dute telebista ikusi ala ez ikusi aukeratzeko orduan, sarri alternatiba erakargarriagoak aurkitzen baitira «bestelako pantailatan».

Zenbat telebista eta *noiz* ikusten duten kontatzea izan da erantzunik ohikoena Helduak 2 adin-taldean: noiz gehiago, noiz gutxiago, eta batzuetan programazio zehatzarekin lotuta (argi lotzen dira programak eta haien denbora-tarteak). Afalostea, eta ohera joan aurreko tarteak dira gehien aipatzen diren tarteak, baita asteburuak ere:

LE 55 G: Bai, bai, ikusten dot, bai. Ez askorik, zeren eta azken batez, badakizu, heltzen zara etxera lana amaitu eta gero ta, normalean, ba bai, zati batzuk eta gero asteburutan, ba bueno, ba bai, baina askorik ez, ez dakit, epe normal baten.

LE 57 G: (...) astelehenetik barixakura Teleberrixa ikusten dot eta denporia, zapatutan arratsaldian eh. zeozer, pelikulan bat edo badago, eta domeketan ba arratsalde osua praktikamente, ba, bueno, sofan etzunda egoten nazelako ba. pelikulak gehixenbat.

Edukiei dagokienez albistegiak, pelikulak, dokumentalak eta kirol-emanaldiak (batez ere gizonezkoen artean) eta telesail edo serieak (batez ere emakumezkoen artean) aipatzen dira gehien, baita zapping egitea ere, ikusteko ezer berezirik ez dagoenean. Aldiz kritiko agertzen dira reality-ekiko, batez ere Gran Hermanorekiko, eta gazteek hauekiko duten zaletasunagatik harridura agertzen dute. Telebista ikustea lo-kuluxka bat botatzeko aitzakia edo tarte bezala ikustea ere ohikoa da adin-talde honetan, baita aldi berean egunkaria irakurtzeko ere. Piztuta dagoen telebistaren aurrean egotea, eserita, lasai, zerbait irakurtzen edo begiratzen egoteko tartearekin lotzen da hala:

MU 56 G: (...) telebista, egia esanda, gitxi ikusten dot, baia bueno, danatarikoa, en general gehien zek engantxetan, ba deporteak, ziklismo, eta partidutxue badau, haixe. Teleberrien zati bet, periodikuek batera dala, ba telebista ikusten dot, hori da detalle bat ezta? Normalez periodikua irakurtzen dot gaubean, eta gaubean, ba, telebisinue biztute dagoela, ba "de reajo" gauza biek eiten.

Azkenik, Nagusiak adin-taldean erabatekoa eta berehalakoa da telebista ikusi egiten dutenaren onarpena eta adierazpena. Batez ere edukiekin identifikatzen da telebista ikustearen jarduera: kirolak, eztabaida-saioak (debatiek) eta albistegiak ("telediararioak" edo "partiek") dira aipatuena. Telebista ikusteko tarteetan aldiz eguerdiak eta gaua aipatzen dira gehien:

AU 74 E: (...) Partiek batezbe, bai, eta gero horrezaz aparte ba, beste gauza batzuk be ikusten dire. Oin, nik neu gehixen ikusten dotena hori da. Zelan egoten dan eguerdixen ta gabien, geuk be bazkaldu ta afaldu eitten dogun sasoi en orduntxe gehixen ikusten dotena. (...)

AU 71 G: Nik e, bastante txupetot (barreak) Bastante ikusteot. Telediarixuk, horrek seguru, deportiek bebai, gero Goenkale barriz e, derrigor ikusi bida (barreak). Ha ikusi barik ezin lei egon. Ya behin hartuz gero, zein da.

AU 85 E: Drogie

AU 71 G: (Barrez) Drogie be ez dot probatu, baina antzeran esango neuke.

Interesgarria da ikustea kasu guztietan telebista ikusten dutela erantzun arren, batzuetan errezeloz hartzen dela telebista. Bereiztu egiten da norberak ikusi nahi dituen edo gustoko dituen edukien, eta txartzat hartzen diren edo gustoko ez diren edukien artean, batez ere bestelako aisiazko jarduerak aukeran daudenean. Telebistarik ikusten ote duten galdetuta erantzun orokorra baiezkkoa bada ere, bat baino gehiago dira jarraian "baina" bat gehitzen diotenak, ikuste honen nondik eta norakoen inguruan ñabardurak emateko:

AU 74 E: (...) Gero horrezaz aparte holan tira ta tirau eitten dozten gauze apartekorik. ez. Badago, ikusten dot, baina bestela ez. Bestela ez. Nahixau izeten dot harei begire egon barik e, konbersazinotarako. gustaten ez jaten pelikule batzuk badauz, honek tiro.tirotuk eta, ez zatez bape gustetan. Baperez, ez ez. Nahixau dot neure gustuko liburu bat edo hartu eta hasi, irakurri, alde handik eta irakurri hoixe.

5.1.2. TELEBISTA EGUNEROKO JARDUNEAN: TELEBISTAREN TARTEAK

Telebista ikusteak denbora eskatzen du, aisiazko edozein jarduerak bezala denborazko koordinatu batzuk ditu, ezinbestez. “Telebistaren denborak” kode fokalizatuarekin adin talde ezberdinen eguneroko bizitzan telebistak hartzen dituen tarte eta aldi hauek aztertu dira.

Oro har, elkarrizketatutako gazteek ohitura argiak identifikatu dituzte telebista ikusteko tarteei dagokienez. Tarte hauek oro har telebista ikustearekin batera egiten diren jarduerekin (bazkaldu, afaldu, lonjan egon) edo aurretik edo atzetik egin diren jarduerekin (liburutegitik bueltan) lotzen dira, edo bestela telebistako edukiekin (Mujeres y Hombres, Los Simpson, Teleberri, El hormiguero...). Bazkalordua eta gaua aipatzen dira batez ere telebista beren-beregi ikusteko tarte nagusi bezala, eta tarte hauetatik kanpo telebista gehiago hartzen da fondoko zarata bat bezala.

MU 21 E: Bueno, ni jaten nauenean bere bai Teleberrie dago ipinite pero, de fondo moduan.

MU 25 G: Nik eguerditan Los Simpson eta holan. (...) Nik afalduten.

MU 21 E b: Ba ez. Nik eguardietan, Mujeres y Hombres. (BARRE)

MU 21 E b: Ba lonjara ailegatan garenean hiruretan edo, eta hiruretatik (BARREZ) goazenera arte, eta gero gauean hamabitara arte edo.

Edozelan ere, telebista ikusteko tarteak batez ere behin eguneko jarduerak amaituta, arratsalde eta gau partean kontzentratzen dira, eta norberaren (eta ingurukoaren) telebista ikusteko denbora tarteak, aldi berean, programazioaren interesarekin ere lotzen dira. Jakitun dira gaueko *prime time*-ean programa erakargarriak kokatzen direnaz. Zenbait kasutan, eguneko momentuak baino gehiago telebista ikusteko denborak gehiago bereizten dira urtaro eta eguraldiaren arabera, eta ez hainbeste egunaren momentuaren arabera:

BI 29 E: Uden, ganera ni kostakoa naz, hondartzie bertan dekot, da ahal dotan danatan aprobetxau eitzen dot edo. bai, beti nau kalien uden. Orduen ez dekot astirik berez ikusteko. Da. aprobetxa zeinke kirola eitzeko. beste mile aukera dekozuz. Neguen eurixe bada, hotz bada ta. bueno, igual gehixau ikusten dot. Denbora gehixau ematenzu etxien normalien, da.

Helduak 1 adin taldeko pertsona asko gurasoak dira, eta hori berehala azaleratzen da telebistarekiko harremanei buruz hitz egiterakoan. Umeak oheratu osteko denbora da orokorrean gurasoen telebistarako denbora, eta atseden eta erlaxatzeko tarte bezala hartzen da telebistaren aurrean igarotzen dena. Baita loak hartzeko tresna bezala ere, sarri. Umeen

ohiturak aldatzen direnean (udan adibidez, beranduago oheratzen direnean) honek eragin zuzena du gurasoen telebista-ikusteko ohituretan.

BE 40 E: lehen gaztiagoak izan garezenien ikusten zendun ba. denporaren edo zer bat, eta orain ya ume txikixekaz eta, normalien geure denporie da hori, eurek oheratzen direzenien, tarte hori no? Apurtxu bet errelajaten zarena edo.

BE 37 E: Eta udien hori bez. Ze normalien berandutxuau joaten direz ohire, ta orduan berandurarte salan daz eurak ikusten. Bueno, nire umiek ondino txikixek diz orduen gitxi gora behera ordu bardenen juten diez ohera.

Hala ere argi bereizten dute da telebista piztearen eta telebista ikusten jartzearen artean. Sarri telebista piztea ekintza automatikoa, ohiturazkoa bezala azaltzen da, etxera heltzean edo sukaldara sartzeaz bat egiten dena. Telebista ikusteak, beren-beregi horretara jartzeak, lan-egunaren amaiera ere markatzen du, atseden hartu eta erlaxatzeko tarteak. Eta gainera atseden-denboraldi horretan edukia gustukoa denean, gozamina askoz handiagoa izaten dela aipatzen da:

BI 50 E: Ba esate baterako neguan domeketan, bazkalostean gustoko peli bat, niretzako hori da. gozamina. Eta gauetan gustatzen zait serieren batekin engantxatuta egote. (...) Eta hori da gehien gustatzen zaidana. Nigatik eukiko nuke egunero horrelako gauza bat. Ez daukat, baina. (barre). Oso-oso relajantea da niretzat istoriatxo hori jarraitzea.

Edukiak berak ere baldintzatu dezake telebista ikusteko denbora, alde batetik eguneroko albistegiekin -eguneroko errutinaren parte osatuz etxeko ordutegiak eurek artikulatzera jotzen dutelarik- baina baita fikzioak berak ere, telesaillekiko zaletasuna garatzen denean:

LA 40 G: Aitortu behar dut azken urte hauetan, azken bi urte hauetan ahalegina egin dudala astelehen eta asteartean Goenkale ikusteko, hau da, ahalegin bat, esan nahi dut, hori ikustera goaz. Lehenago asko ikusten nuen, asko edo, maiz ikusten nuen Intermedio ere bai, La Sextan, orain ere, bueno, ez programa osoa, baina.

Kasu batetan telebistaren hiru denbora ezberdin argi eta garbi bereizten dira Helduak 1 taldean: umeen denbora (6 eta 8 urtekoak) zeinek egunean zehar ikus dezaketen telebista, bikotearena, zeinek behin umeak oheratutakoan hartzen duen tarte bat, eta familia osoarena, zinema etxean prestatzen dutenean. Hirugarren aukera hau ohiko errutinatik bereizten da, aurretiazko prestaketa eta aukeraketa denbora bat eskatzen baitu, eta ondorengo elkarrizketa eta jolasa ere bideratzen baitira ikusitako filmaren inguruan. Kasu atipikoa izanagatik (Helduak 2 taldeko bikote batek bakarrik aipatzen du antzerako jarduerak bat), adierazgarria da oso, erabat aldatzen baitu telebistak (norberak programatutakoak, kasu honetan halakoetan egunerokoan hartzen duen paperagatik:

BI 39 G: (...) umeak lotara joaten direnean, edo ya afaldu ostean, ba ya haientzat telea murriztuta dagola eta orduan ikusten dogu edo albisteak edo ez dakit, bueno, nire emaztea eta biok aukeratutako zeozer edo. hor daukagu momentu bat. Eta gero, beste hirugarren momentu bat izango litzateke egiten dogunean, noizean behin

egiten dogu iharduera antzeko bat, dala zinema etxean. Aukeratzen dogu danon artean filme bat, prestatzen dogu holan eskulan bat, prestatzen doguz sarrerak, egiten doguz krispetak.

Eguneko zein momentutan eta asteko zein egunetan ikusi ohi duten erantzutea da arruntena. Helduak 2 adin-taldearen barruan (arratsalde-gabaz, zapatu arratsaldean...), baina etxean egotearekin (eta neguarekin) ere lotzen da batez ere. Baita siesta botatzeko aukera bezala ere, telebista piztuta izatearen denbora eta telebista ikustearena bereiztuz. Hala ere gaua identifikatzen da telebistaren denbora nagusia bezala.

LE 52 E: Ba asteburutan, bueno, gure etxian asteburutan telebistina dago egun santu guztian, baina da.

LE 59 G: (...) piztuta egoten da baina guk, nik pentsaten dot gure etxian ama hor egoten dalako, etxian telebista ikusten, ba guk bestela.

SA 52 G b: Neguan, lehen esan dudana bezala. Gauza bat da telebista aurrean egotea eta beste bat ikustea.

Albistegien orduak errespetatu egiten dituzte oro har ("Teleberrixe sagraua da"), baita telenobelak ere ("arratsaldeko nobela"), ikusten direnean. Ikusiko denaren inguruan eztabaidarik egotekotan, seme-alabek ordenagailura alde egin ohi dute. Orokorrean asteburuak aipatzen dira telebista ikusteko tarte bezala. Sukaldean aritzeko gailu bezala ere aipatzen da telebista, baita bazkalostean eta afaltzerakoan ikusten den zerbait bezala hartuta:

SA 56 E: Ni afaria prestatzen ari naiz bitartean. Hori, da bederatzitan edo, edo zortzi t'erdietan pizten dut telebista eta. Sukaldean, sukaldean, bai. Eta hor, ez aspertzeko, eta gero ya, bueno, pues ikusten dut hori Teleberri eta hori, eta Teleberri eta gero, nola deitzen den? Intermedio.

Orduaren eta ohituren arabera (goizetan altxatzean, bazkalorduan, afalostean...) zein programa interesgarri egon daitekeen ere kokatzen dute, eta kate zehatzak (Sexta 3, Paramount Channel) identifikatzen dira egunaren momentu zehatzekin:

SA 53 G: Goizean altxatzen naizenean pizten dut ikusteko informatiboa, eguerdian bazkaltzen dudana bitartean normalean ikusten ditut bigarren kanalan botatzen dituzten hori, dokumentalak. Askotan begiratzen dut, baina zapping egiten, eh. Sexta 3 eta orain dagoen kanal berri bat, nola deitzen da?

SA 56 E: Paramount.

SA 53 G: Paramount Channel. Eta ahal bada egunero begiratzen dut informazioa zerbait interesgarria dagoenean, ikusteko, posible bada eta etxean banago.

Programazioak berak familiaren jardueran eta ordutegietan eragina izan dezakea, elkarrekin saio bat ikusteko zaletasuna pizten dena. Halako zaletasun orokor bat dagoenean, telesailak familia mailan, eta futbol partidoak lagunartean, afalorduko ordutegiak eta ondoren ikusiko dena planifikatu egiten dira:

MU 56 E: El mentalista edo zeozer programa badau, ordun goaz danak. Edo afaldu egiten badou lehelau, igual bai bagauz pentsaten gaur hau dau, orduan lehelau, edo hori bai in dogu inoiz, esan gura dot, horretaz bai afaldu lehelau, eta berandu bagara zeozegatik ba orduan ba igual jaten dogu afarie bertan (...) edo partidua, honek diñon moduan, ba partiduan, baina danak.

Amaitzeko, eguerdia, arratsaldea eta gaua dira gehien aipatzen diren telebista ikusteko tarteak nagusien artean. Edozelan ere, adin talde honetan telebista sarri egun osoan piztuta egoten dela ere aipatzen da, beste adin-taldeetan ez bezala. Nagusien adin-taldean, egoitzan ez dauden gizonezkoek sarri aipatzen dute haien inguruko emakumeek telebista egun osoan piztuta izateko ohitura dutela.

AU 71 G: Gurean alabak etxen dauzenien izetu da ba. ohera juten garenean amatau eiten da.

AU 67 G: Bai bai bai, ez, gurien be holan egoten da eh? Anaie. umiek badauz harek bebai eta amatau barik lez egoten da, esateko moduen. Oin. neuri ba. nik elektrodomestiko bat edo zer bat kendu behar izan ezkerro lehenengo kenduko neukena da.

Orokorrean adin-talde honetan telebista denbora gehiago piztuta edukitzeko joera somatzen da, etxean egotea eta telebista piztuta izatea bat etortzeraino. Hala ere arratsaldea eta gaua agertzen dira telebista ikusteko tarte nagusi bezala, behin eguneroko betebeharrak amaituta.

AU 85 E: Arrasti eta gaba.

AU 85 E: Gabaz beti. Nik eguerdixen be beti ipintten dot La Sexta edo

AU 77 G: Eberdixen be geurien egoten da.

SA 56 E: Bai. Haxe da ordue ta!

Bereziki agertzen da joera hau etxeko andreen kasuan, eta laztasun handiagoz alargundutako pertsonenean:

LEZ 67 E: Bai, baina bueno. atsaldetan. Eta geubetan lagunduten dozte. ba hori, laguntasune. Igual gauze dekot iminde, baina ikusi barik. Ze, pentsaten dot lagune dekotela. Ze lagune, galdute. badakizu lagune hori, galdu egin dotelez ta. pentsaten dot batenbat dau nigaz eta orduen eukiten dot biztute.

Eduki mailan batez ere magazinak (*Ana Rosa, Ni Más ni Menos*), eztabaida saioak edo “alkahueterixek” (*Sálvame*), lehiaketak (*Pasapalabra*) eta telesailak (*Amar en Tiempos Revueltos*) lotzen dira ordutegiarekin, eguneroko ohituretan txertatuta.

5.1.3. TELEBISTAREN NEURRIA: ASKOTIK GUTXIRA

Asko edo gutxi, parte-hartzaile guztiek hartzen edo jasotzen dute telebista haien egunerokoan. Zenbat baina, beste kontu bat da. “Telebista kantitatea” azterketa kategoriaren bidez telebista ikustearen neurri erlatibo eta subjektibo ezberdinak jaso dira: lehen baino gehiago, gutxiago, zerekin (edo norekin) alderatuta...

Ikusten duten telebista kantitateari buruz galdetzean, gazteek lau erantzun mota eman dituzte: oro har kantitateari buruz duten pertzepzioa (asko, gutxi...), pertzepzio hau egituratzen duten faktoreak (non eta noiz, batez ere), konparatiboki iraganean ikusten zuten telebista kantitatearekiko alderaketa (gutxiago, gehiago...) eta “hainbeste” telebista ikustearen arrazoiak (batez ere ohitura eta asperdura). Asko-gutxi terminoen inguruan eztabaidatzea ageri da, adibidez. Internetetikiko erabilerarekin alderatuz ere kokatzen eta nerutzen dute baita telebista kantitatea:

AL 34 G Nik uste dut interneten eraginez gero eta gutxiago ikusten dugula Ez daukat daturik baina nik uste dut batez ere gazteen artean joera hori izango dela. (...) Bai, baina igual oin dela bost, hamar urte baino gutxiago. Ez dakit eh? Internetek daukan bentaja da iragarkirik ez dagoela. Eta zuk zeuk aukeratzen duzula zer ikusi.

DU 24 E: Igual pelixak eta dokumentalak, bajatu eta telebistan ikusi beharrian itxoin zeozer urtetei, ba bajatzen zara edo eta ordenadorin. oin uste dot gehixau.

Telebista gehien ikusten dutela aitortu arren jarduera honi buruz duten iritzi pobreak buruz galdetuta, ohitura eta alternatiba falta aipatzen dira batez ere.

MU 20 E: Kostunbrea da.

MU 21 E: Ez dau beste zereginik berez.

MU 21 E B: Afaldu eta gero, por ejemplo, ze ingozu? Ohera joan hamarretan? Edo ordenadorera edo telebisiñura zoaz.

Subjektiboki kokatuta, telebista ikusteari ematen zaion garrantzia txikia da beste aisiazko jarduera batzuekin alderatuta, eta telebistari eskaintzen zaion denbora objektiboki txikiagoa da burutzen diren bestelako aisiazko jarduerak ugariagoak diren kasuetan:

BI 29 E: Ba ez dakitx, oin dekot sensazioa egune gehixau aprobetxetan dala beste gauze batzuk eitzen. Ba hori ya enaz bizi gurasoen etxien, da egunaro noa gurasoen etxera. da gehixau tardetan dot berebai, da. orduen ya horrek limitetan dotzu denbora gehixau emoteko zeran aurrien. orain igual kirol gehixau eitten dot kontzientzieta zauzelako. edade kontue bere izengo da ez? Ez dakitx. Lehen gehixau ikusten neuen. Oin ikusten dot gehixau dala alperrik galdutue apur bet eh. da ez gauze interesanterik ez dauelako eh? Egongo da, da seguramente pareu ezkerro ikusten ba. ez dot pentzetan eh zatarra baino ez dauenik telebisinoan, ezta pentza berez. Baina ez, enau erakarten.

Umeek, eta bizitza estiloak berak, telebista gutxiago ikustera eraman dituztenaren sentsazioa adierazten dute orokorrean Helduak 1 adin-taldearen baitan elkarriketatutako

pertsonak. Telebistaren kalitate eta interes maila eskasa ere aipatzen da, baina askoz gehiago norberaren asti falta, telebista “gutxiago” edo “hainbeste ez” ikusteko arrazoi bezala:

BE 40 E: Gitxiau, bai baina igual esan dogunagaittik batez ere, umiengaittik.

BE 40 E b. Ni enai akordaten noiz ikusi doten pelikule oso bat zapatu gau baten. ez bakarrik telebistan, DVDn edo bidixuen. ez dot eh. enai akordaten.

BE 37 E: Nik dakotez pilo bat bajatute, eta ez dot ikusi.

BE 37 G: Ez doguz ikusi.

Telebista gutxiago ikustea eta informazioaren kontsumorako bestelako ohiturak hartzearen arteko lotura ere esplizituki azaltzen da kasuren batean, bai norbanakoaren mailan eta ingurukoekin batera telebistarekiko harremanetan:

MUS 47 G: Bai, beitu (tableta erakutsiz) tableta, ta. kontsumo. ez dakit topikoa den, baina kontsumo, informazio kontsumo ohiturak aldatzen ari dira. Nire kasuan bai, argi eta garbi (...) igual umeak badauka eskuetan mugikorra eta nik hori, tableta irakurtzeko edo entzuteko edo beste gauza batzuk egiteko. Gero eta gutxiago ikusten dugu elkarregaz telebista. Igual programa bereziren bat, baina ez, normalean gitxi.

Era berean distantziario handiagoa sentitzen da telebistarekiko iragandako garai batzuekin alderatuta, eta bestelako alternatibak eskura edukitzea ere aipatzen da. Egunerokoan erabiltzen diren hedabide ezberdinak zenbat eta gehiago izan, orduan eta telebista gutxiago ikusten dela aipatzen da adin talde honetan.

LA 40 G: Informatiboekiko kezka hori edo, ba gaur egun nolabait asetuago daukadan, iturri horiek edo informazio horiek asetuta dauzkagu ya egunaren. Niri orain galdetzen badidazu zer ordutan den Teleberriren informatiboa, ez dakit zer ordutan den, eta lehen badakit ikusten nituelako batzutan albistegi bera euskaraz lehenengo eta gaztelaniaz, eta hori.

Bestetik, telebista beste garai batzuetan baino gutxiago ikustearen sentsazioa behin baino gehiago aipatzen da Helduak 2 adin-taldearen baitan. Badaude saio batzuk interesaz jarraitzen direnak, baina telebistaren garrantzia lehen baino txikiagoa dela somatzen dela diote parte-hartzaile askok. Badira erreferentziazkoak diren saio batzuk, batez ere albistegiak, eta telesail zehatz batzuk, baina telebista oro har gutxiago ikustearen sentsazioa sarri plazaratzen da:

LE 54 E: Ez, nik esango neuke nik gitxiau. Asko gitxiau. Asko gitxiau, nik, niri on programa gitxi engatxaten nabe, ba horixen, El conquistador del fin del mundo, batez hori, ba aste guztixan igual horixen egoten naiz itxoten. Hori badakit domeketan dana. Bste guztiak, ba igual Toledo edo izan dana, ba igual nekixan martitzenetan dala, baina beste egunetan esan zer dagon eta ez neuke esango zer programa dago. Teleberri bai, Teleberri hori orduan bai, informatiboa, baina beste guztixetan, ez.

Bestalde, adin-talde bereko beste pertsona batzuek aldiz orain lehen baino denbora gehiago pasatzen dutela susmatzen dute, kate-aukera handiagoa dagoelako, batetik bestera eginez, ezer berezirik ikusi gabe:

SA 52 G: Pues nik ez dakit, nik igual konturatu gabe baino denbora gehiago ematen dudala, uste dut, telebista aurrean, ba kate ezberdinak daudelako, gero igual pasatzen duzu denbora gehiena hor zapping egiten, baina denbora, ezer ikusi gabe.
SA 52 G b: Baina gauza bat da telebista ikustea eta beste gauza bat da telebistan aurrean egotea. (...) nik batzutan, ezer egin barik, askotan eta bost minutu, eta me cago en la puta, aldatu egin behar duzu, eta bestea.

Saio batzuk, *Sálvame*, *Gran Hermano* eta abar interes gutxikotzat eta iraingarritzat ere hartzen dira, telebista ez ikusteko arrazoi izateraino batzuentzat. Hala ere beste batzuentzat, hauen kalitatea zalantzan jarri arren, oraindik ere interesgarriak dira noiz behinka ikusteko. Etxean denbora gehiago ematen duten pertsonak, etxeko andreak adibidez, telebistaren aurrean emateko denbora gehiago dute, eta joera handiagoa agertzen dute saio hauek ikusteko etxetik kanpo lan egiten dutenak baino.

Bukatzeko, telebista gaur egun ikusi arren, “lehen hobia” zenaren sentsazioa, iraganeko telebistarekiko nolabaiteko nostalgia asko ageri da Nagusiak adin-taldearen baitan, eta egungo saio askorekiko (*El conquistador del Aconcagua* adibidez) kritiko agertzen dira, bertan darabilten hizkera zatarra dela eta. Pelikulen eskaintza orain zabalagoa dela onartu arren, orduko “bakeradak” faltan botatzen dituzte, batez ere gizonezkoek:

AU 71 G: Gero pelikuletan nik be topetan dot. lehen egoten zien pelikule elegantiek, pelikula honek e bakeradak eta mexikanuen pelikulek eta. danetara. Batien ez bada bestien beti zenkon. gaur ez dekozu holako pelikularik! Ointxe be.

Adinekoen egoitzan dauden parte hartzaileen kasuan telebista asko ikusten dutela aitortzen dute, sarri beste alternatibarik ere ez dagoelako. Egunerokotasunaren zati garrantzitsua hartzen du telebistak, egoitzan, eguraldiaren eta unean-uneko jardueren arabera soilik eteten den jarraitutasuna. Beti telebistari begira egon ezin dela ere aitortzen da hala ere:

BI 88 G: Bai, telebisinue. beti telebisinuen. (barre) Nun egongo gaittuk ba. hantxe! Hantxe, telebisinuen emoten jot denborie!
BI 75 G: Gero, kanpora paseoan joan, ordubete. Gero. jan, da gero siestia bota.
BI 88 G: Ibili be ein bi da ta. ibili be in bi da, beti ez gara egongo telebisinoari begire!

Beste kasu batzuetan, batez ere gizonezkoen kasuan, bestelako aisiazko edo esku-lanarekin lotutako jarduera batzuetarako aukera dagoenean (baserriko lanak, mekanikagintza...) nahiago izaten dira hauek telebista baino. Hala ere telebistaren kate berrietan aukera interesgarriak aurkitu dituzte, kirolak eta dokumentalak adibidez, eta *La ruleta de la Fortuna* bezalako lehiaketek eurek gauza berriak ikasteko (“ilustreu eitten zara”) balio dezaketela uste dute:

AU 77 G: Nik, neutzako deportiek eukin ezketino bestiok ez dotziet sekule inportantzirik emon. (...) Esku-biherragaz gehixau entreteniduten naz. Mekanikie be ba, asko useu delez, mekanikan da burdine mugiduten. ha ta bestie soldetan. hau eta

beste ortuen edo. entretenidu gehixau, da paseo bat ein, telebisinuen baino arinau entreteniduten naz e. deportie ez bada e? Deportie ez bada, bestiok e.

5.1.4. TELEBISTAREN LEKUAK: TELEBISTEN ESPAZIOAK

“Telebistaren tokiak” kode fokalizatuak etxean telebistak edo telebistek okupatzen dituzten espazioen inguruan galdetzea izan du xede, baita etxetik kanpo telebista ikustearekin identifikatzen diren lekuen inguruan ere.

Telebistak kokapen fisiko tradizional indartsua du elkarriketatutako gazteen artean: etxeke egongelan gutxienez, beti dago. Eta egongelan ez jartzeko aukera planteatu denetan ere, berehala gailendu da egongelan telebista egon beharraren aldeko jarrera. Naturala, zalantzan ere jarri ezina dirudi neurri batean erabakiak (“ipini biko da, ez?”). Beheko suaren ideia ere jasotzen da, haren inguruan etxekeak biltzeko gaitasuna duen elementu zentrala:

DU 24 G D: Ba salan. (...) Bai, ba azken batean, es que, eta egoten zea edozen etxera ta dekazu korro baten(...) azken batien jendie egoten dan lekuen, erdixen dau bera, zenbat, eta leku gehixenetan holan da. (...) Eta kentzen dozu hori eta nora gauz begire, hormara? (...) lehen beheko suen inguruen montetan zabien, lehen beko sure egoten ziren begire.

Hain da indartsua joera hau ezen etxe berri batetara joan eta bertako altzarien banaketa erabakitzeke aukera izanda ere, telebistak bere tokia mantentzeko gaitasuna agertzen duen gazteen esanetan. Hasiera batean zalantzan jarri arren, errealitatea egoskorra da:

DU 21 E: Es que hori imajinau etxe bat, independente egoten zaela, telebisinue ipiniko zendun sala erdixen oin be bai? Nik igual ez.
DU 24 E: Nik hori planteau neban baina zelan euki ginun telebistie, ba ya ipini bi zan. (...)zelan batek ya euki eban telebista, esaten dozu, bueno, ipini biko da, ez? Aunke ez dogu ikusten asko, baina.

Lonjetako telebistak ere modu naturalean ulertzen dira, lonjako telebistak etxekeak ez beste funtzio sozial bat betetzen duelako, lagunekin. Lonjako giroaren eta espazioaren parte da piztutako telebista:

MU 20 E: Ze lonjan zauz ikusten baina batera zaoz igual komentaten edo no sé qué, eta etxean zaoz ikusten zu bakarrik eta...

Oro har oso erantzun homogeenak jaso dira telebistaren tokien inguruan, gazteen artean: telebistaren “tokia” egongela da. Egongelako “beheko sua”. Bestelako tokiak, norbere gelako telebista eta abar ez dira aipatzen galdera honi erantzutean. Gazte batek ironikoki ihardesten du telebista ganbaran duela, kendu egin baitzuen. Bere egunerokotasunetik telebista kentzeko, fisikoki ganbarara mugitu baitzuen. Zentzu horretan, telebistak gazteen eguneroko

espazioetan okupatzen duen tokia eta haien egunerokotasunean okupatzen duena paraleloak direla esateko argudioak daudela esan dezakegu.

Helduak 1 taldean aukaldea ("eskatza"), egongela ("sala") eta logelak dira aipatzen diren telebistaren kokapen nagusiak. Txokoa eta taberna ere bai, baina askoz gutxiago. Ikusi nahi den edukiaren arabera etxeak telebista (eta gela) ezberdinetara joatea ere ohikoa da. Horrenbeste ezen sarri telebista bakoitzak bere "jabea" duen: sukaldekoa amarena, salakoa umeena...

BE 40 E: Guk etxien. nik adibidez ikusten dot gehixenez kozinen eta neure gelan.

BE 40 E b: Nik eskatza, baina salan.

BE 37 E: Nik neure gelan.

MODERATZAILEA: Osea banatuta dekozuez? Bata honentzako da ta bestie honentzako edo.

BE 40 E: Bai. Tristie da baina bai.

BE 41 E: Ba ixex-ixex bai. Ze ganera Clan ganera, nire umiek Clan ikusten dabie ta telebisino guztixetan ez dator Clan. Ta orduen eh esaten dot, "jueu neure gelara ikusten Clan".

Ez da hala ere beti hori kasua. Etxe batzuetan telebista bakarra dago, eta elkarrekin ikusiko dena negoziatu egiten da, eta erabilera ezberdinak alternatzen dira. Telebistak egongelarekin duen lotura fisiko eta ohiturazkoa ere oso garrantzitsua da kasu hauetan:

LE 53 E b: Guk bakarrik daukagu salan, bat bakarra daukagu eta bertan ikusten dogu danok, da askotan eh. bueno igez igual gehixau ez? Ados ipini behar ginan, zer ikusi., Orduan eh. bakoitzak egun bat eukan aukeratzeko.

LA 40 G: egia da telebista dagoen gela dela espazio lasaiena, sofa daukana eta. Egia da, ere bai, sofa horrek gustora egoteko bi pertsonentzako lekua daukala eta lau garel, eta etxeak txikiak daudenean beraiek okupatzen dutela espazio hori. Eta orduan gure telebista uneak dira beraiek lotara joan eta gero, (...) leku bakarra daukagu etxean, hori egia da.

Sukaldean dauden telebisten kasuan bat datoz bi emakume, bertan norbait dagoen artean beti piztuta egoten denean, ikusi ala ez. Interesgarria da baita ikustea nola telebista berri, handi eta onenen kokapenak sarri ez duen gehien ikusten den telebista aparailua izatea ziurtatzen. Sarri, kokapenak eta erabilerak bestela banatzen dira:

BE 41 E: Bat ez dogu ikusten bez. Handixena eta hobien ikusten dana. Bat kozinen, bestie saloien, hobiena da, barrixena da, ta ez du ikusten.

BE 37 G: Handixena da, hobien ikusten dana, eta ez dogu ikusten.

BE 41 E: Gero kutriena da gure gelakue eta da ikusten dogune. Eta gero. salita.

BE 37 G: Eta gero beste sala txiki baten. hori erabiltzen dogu.

Beste kasu batean aldiz argiro azaltzen da etxean telebista ezberdinak izatearen eguneroko esperientzia. Beste telebista batetara, hau da, etxeak beste gela batetara joatea norberaren

edukiak aukeratu ahal izateko, eta finean telebistarekin lotutako norberaren aisiazko hautuak egiteko bide bihurtzen da:

MUS 47 G: Zu egongelan bazauz beraiek nahi dute sukaldera joan, eta beti. ordun gu biok, bikotea afaltzen ari garen bitartean nerabeak badoaz egongelara eta gero kontrakoa ez? (BARREZ) Zergatik? Ba ez dakit, nik gustokoa dut informatiboak eta beraiek ez, edo marrazki bizidunak edo kirolak edo bueno, gazteentzako gauzak.

Aukera berria delako, aipatzekoa da baita kasu batean portatilera konektatutako TDT gailu baten bidez telebista egongelatik bikotearekin batera ohera ere eramatearen ohitura aipatzen dela. Telebista hortaz jada ez dago erabat lotuta bere jatorrizko kokapenera, eramangarria ere bada:

BI 39 G: Portatila etxean erosi genuenetik bai joaten gara noizean behin. ba, tarteka eh? Emaztea eta biok joaten gara portatilagaz ohera. Eta portatilean deukogu holan eh adaptadore bat TDTa ikusteko, ta orduan ba batzutan igual egongelan telea ikusten zeozer gustatu jakula ta ba, nekatuta gauz, osea, entxufatzen dugu hori eta bagoaz ohera.

Helduak 2 adin-taldeko partaideek ere telebista, oro har, etxean ikusten dute. Egongelan eta sukaldean, batez ere. Hemen ere, batez ere emakumeen artean, sukaldeko telebista piztuta mantentzeko ohitura aipatzen da, bai haien kasuan eta bai aurreko belaunaldietan ere. Gurasoekin bizi diren adin-talde honetako pertsonak behin baino gehiago aipatzen dute telebista apenas ez itzaltzeko joera (sukaldekoa, egongelakoa...) eta pertsona nagusiak dauden lekuetan beti telebista piztuta edukitzearena:

LE 54 E: Guk salan, bat daukagulako bakarrik eta orduan juten gara bazkaldu eta gero.

LE 59 G: Guk gehixen bat sukaldian, gero trankil, ba hor lanean egoten da, igual, edo trankil bazaoz, ba salara, baina gehixen bat sukaldean. Gure etxian, sukaldian.

LE 52 E: Bai, baina sukaldian, ba badinotzut, dalako hantxen dago eta hantxen dago denbora guztian martxan, martxan, eta nik askotan asko be lasaiago ikusten dot. Eskatzian, normalian, ba badiñotzut gure amak eukitten dau, nik ez dakitt konpaini modura edo dana dala, egun guztia eukiten dau piztuta.

Nagusien ustez ere telebista etxean ikusten den zerbait da. Etxetik kanpo zerbait ikustekotan, futbol-partidak aipatzen dira, tabernan. Sukaldean askok (batez ere emakumeek), eta egongelan ere bai. Telebista bat baino gehiago daukatenen kasuan aipatzen da inoiz norbaitek zerbait ikusi nahi ez duenean, edo beste zerbait ikusi nahi duenean alde egiten duela bigarren edo hirugarren telebistara. Logelako ("kuartoko") telebista beti ere erabilera horrekin lotuta ageri da, egongela edo sukaldea okupatuta dagoenean erabiltzen den bigarren aukera bezala.

Telebista bat baino gehiago dagoen etxeetan, berriro ere azaleratzen da zaletasun eta interesaren arabera norbera lekuz aldatzea, ikusi nahi duena ikusteko, baita etxeko gela ezberdinetako telebistak pertsonekin lotzea ere:

AU 67 G: Bai bai, inoz gurin be eh. andriek alde eitten deu gurin be inoz, eh? Ba, ez dakit, zeozer ikusten bada nire anaie edo. berak beste zeozer interesen badauko igual kuartora joaten da apur baten.

AU 85 E: Bai, hori geuk be ein dogu.

AU 77 G: Andrie programa bat ikusten badau nik be ba, kuartuen ikusten dot deportie.

AU 85 E: Gure gizonak be futbola gure izeten deu ba.

5.1.5. TELEBISTAKO KATEAK: ERREFERENTZIAZKO KANALAK

“Zein telebista?” aldagaiaren azpian ikusi ohi diren telebista kateengatik galdetu zaie parte-hartzaileei, telebistako eduki zehatzei buruz baino,. Gogoko eta gorroto diren kateak, ohituraz gehien ikusten direnak, urrutiko agintean programatutakoak, Lurrazaleko Telebista Digitalak ekarri dituen kate eta aukera berriekiko iritzia...

Gazteek, zentzu horretan, lehentasun eta iritzi ezberdinak agertzen dituzte egun Lurrazaleko Telebista Digitalaren bidez eskaintzen dituen kate anitzen aurrean. Batzuek “denak nahi dituzte”, aukera zabala azpimarratuz. Beste batzuk kritikoagoak dira, eta kanal ugartasunak ez duela kalitatea ez eta eduki interesgarriak aurkitu ahal izatea bermatzen salatzen dute.

MU 25 G: Nik danatariko gurot, ETB, Cuatro ta Antena 3 ta danak. (...) Bueno, gero dauzenak GOLTV eta horrek be bai. (...) Bai. Horrek hamen, lonjan.

MU 20 E: ETB2 eta Telecinco nik. (...) Bueno, eta Discovery eta horrek.

DU 24 G a: Dira kanal gehiago baina contenido txarra da hori, o sea, ez dau kanal bat holan, ez dabe hobetu, o sea, sistemie edo, o sea, in dabierna da hori, kanal gehiau ipini baina kaka gehiau sartu, orduen azkenien esaten dozu, dauz hogeita hamar mila kanal, bale, baina.

Kanalekiko lehentasunez dagokionez ere denetarik aurkitzen da, eta zuzenean lotzen dira kanalak eduki mota, eta telebista mota ezberdinetara. *Hamaika Telebista* eta *Telecinco* adibidez bi eredu ia-kontrajarri bezala eztabaidatzen dira:

DU 21 E: Bueno Hamaika telebista adibidez nahiko ondo dago, egoten dia debatiek eta holan, nik ikusi ikusten dot.

DU 24 G b: Nik ez deukot ohitturerik ikusteko.

DU 21 E: Bai, baina hori, kanal batzuk badauz ta azkenian gu gara ipintten dogunek Telecinco eta. ikusi al doguzela beste gauza batzuk eta gu be bai.

Hala ere azpimarratzekoa da kalitate edo eredu aldetik kate batzuri beste batzuri baino prestigio handiagoa ematen zaien arren, parte-hartzaileek eurek onartuta honek ez duela harreman zuzenik benetan egunerokoan ikusten denarekin:

AL 21 E: Bai, baina hori, kanal batzuk badauz ta azkenian gu gara ipintten dogunek Telecinco eta ikusi al doguzela beste gauza batzuk eta gu be bai.

Telebistarekiko interes edo zaletasun berezirik agertzen ez duten pertsonen kasuan ere, onartzen da zenbait kate beste batzuk baino gehiago ikusteko –edo behintzat sintonizatzeko– joera handiagoa. Hala, urrutiko agintea programatzea nolabait telebistarekiko harremana ere programatzea dela aitortzen da kasuren batean:

BI 29 E: Hombre, azkenien programetan dozunien beti imintzenzuz aurretik gehixen ikustenzuzenak ez? Baina nire kasuen eske. eske ikusi bere ez dot eitxen (barre). Baie. normalien, bueno, normalien berez, baina gehixen ikusten dotena igual da ETB2ko Teleberrixe, da. da gero igual pelikuleren bat edo.

Kateen programazioa internetetik jaitsitako edukiekin osatzeko aukera ere ageri da, zerbait konkretua ikustekotan. Bestelakoan, ezer berezirik ikusteko asmorik izan ezean, zapping-ak hartzen du indarra:

BI 29 E: Ah, normalien zapping eitxen dot. (barre) Bai. Bueno, normalien pelikulek ikusten dotez, disko duroan dekotez grabeta da bertatik. Badauen batan bat ba hori, badinotzut, neguen igual zauzela etxien ta dinozu, ez dekot gogorik urtetako, da. ba igual bai. Ba tipiko ETB2koak o Antena 3 edo Telecincoko ñoño horrek. Loak hartzeko. baie ostantzien. da bai, ikusten dotezenien telebisinoan zapping eitxen dot. Bai.

Helduak 1 taldearen baitan telebista kateen inguruko ezagutza eta jariotasuna nabaritzen da. *Euskal Telebista* (batez ere *ETB2*), *Antena 3*, *Telecinco*, *Cuatro*, *Divinity*, *La 7* eta *Bilbosport* kateak aipatzen dira esplizituki. Interesgarria bezain kezkarria da euskarazko kateak ikusterako orduan zailtasunak aipatzen direla adin-talde honetako euskaldun zaharren artean, euskaraz alfabetatu gabekoen artean:

BE 40 E: ETB1 Beitu, nik por ejemplo ezin dot ikusi. ta tristie da eh? Pelikula bat euskeraz. Inoiz bez. Bakarrik umiegaz por ejemplo, umiegaz ikusi dot pelikulen bat umiena, baie pelikule bat euskeraz. ez dot ikusi.

BE 40 E b: Neuk bez, neuk bez.

BE 37 E: Jo, ba nik. pilo bat ikusi dot.

Zapping-a asko aipatzen da, kate zehatzak baino kateen artean ibiltzearen ideiarekin lotuta, nahiz eta kate aniztasuna ez den inola ere kalitatezko edo intereseke edukiarekin lotzen (“gehixau eta ezebez”):

BE 40 E b: Zapping asko eitxen dot.

BE 40 E: Neskak igual gauxe gehixau ikustenguz, no?

BE 40 E b: Gehixau eta ezebez!

BE 40 E: Gehixau eta ezebez.

Beste kasu batean ere kate ugartasunari ez zaio garrantzia handirik ematen. Dagoena dago telebistan, eta kate aniztasunak ez du bermatzen intereseko zerbaite aurkituko denik.

MUS 47 G: ... guk adibidez ez daukagu kablerik, euskaltel eta holakorik, gero TDT azkenengo aldaketekin ba hainbat kanal galdu ditugu eta bueno, ba "qué le vamos a hacer", da. Ta noiz behinka hori, zapeatzen ari zarela eta ikusten ah beitu, hau interesgarria da. baina gero eta gitxiago, batez be ez dakit, ikusi dudalako oso begirune gutxi daukatelako gurekiko ez?

Helduak 2 taldean, kate ezberdinak aipatzen dira (*Telecinco, TeleBilbao, Hamaika Telebista, 28 katea...*), baina, batez ere, albistegiaren neutraltasun eta profesionaltasun faltatik abiatuta *Euskal Telebistaren* inguruan egituratzen da partaide askoren jarduna: telebista publikoaren funtzioa, albistegak eta kontestu falta, euskalduntzea... Eusko Jaurlaritzako gobernu aldaketak *ETB*ko albistegietan izan duen eraginarekin kritiko agertzen diren arren, euskal telebistari euskalduntze prozesuan funtzio zentrala aitortzen diote, bai iraganean eta baita gaur egun ere.

SA 57 E: Baina ETBk asko egin du euskararen alde, eh? Nire ustez, hori, zure amak esaten duena, eta gero, hizkuntza finkatzen. Hasieran euskaldun horren diferente telebista berberaren aurrean, agian gauza batzuk txarrerako izan da, ze batzuk diote, "hori ez da gure euskerie" edo.

SA 52 G: Lehen, orain nik uste dut ya normalizatu dela, egin du lan handi bat.

SA 52 G b: Nire emaztearen amonak. erdia ez zuen entenditzen, erderaz ez zekien, ez zekien erderaz.

SA 50 E: Nire gurasoak euskaldunak dira eta ikusten dute telebista, eta ez bakarrik ikusi, erabili!

Nagusien adin taldean ere *Euskal Telebista* aipatzen da erreferentziazkotzat ("ETB uno" eta "ETB, etxekoa" esaten zaio). Zapping-a ere aipatzen da, zaletasun bezala, eta telebista ikusteko modu bezala:

BI 88 G b: Kanal eh. kanalak danak niri gusteu! Je, danak gustetan jatez eta! Telebisinu dana gustora ikusten dot. Gehixen partiduek.

BI 83 E: Da pelota.

BI 88 G b: Mandue dekote, manduez da da da da.

Euskal telebista, Telecinco, Antena 3 eta Televisión Española ("nazonala") oro har ondo identifikatzen dira kate bezala, baina hauetaz gain eta hortik kanpo saioak (*Sálvame*, "pilota partiduek"...) edo saioetako gidariak eurek (*"Argiñano"*, *"Klaudio"*...) dira erreferentziazkoak batez ere adin talde honetan. Lekeitioko sakoneko elkarrizketa batek urrutiko mandoaren programazioaren eta kateen zerrenda argigarria eskaintzen du:

LE 78 E: Bai, digitala. Ez daukat nik pasata hori Euskaltelik. Euskaltelegaz hartzen dozuz. nik daukatenak be nahiko dire nitzako. Euskal Telebista Bat, bi, euskal

herrikua, bi, hiru be euskera. Lau, erdera, euskal telebista. Bata, badakizu, nazionala. gero bi, egoten direz paisajik eta, fauna eta dokumentalak....

5.1.6. TELEBISTA ETA LAGUNTASUNA: TELEBISTAREN KONPAINIA

Telebista “Konpainia” kontzeptuarekin estu lotuta ageri den kontzeptua da. Alde batetik sarri etxeko edo lagunaren konpainian ikusi ohi delako, ez bakarrik; eta bestetik berak ere konpainia eta laguntasuna (errealak edo simulatuak, hala sumatzen dena) eskaintzen duelako. Bi adiera hauek esploratu dira azterketa kategorian honen bidez:

Telebista lonjan lagunekin edo bakarrik ikusten den zerbait da gazte askorentzat. Gurasoekin saio konkretu batzuk ikusten dira, *Teleberri* adibidez. Gazteek ikusi nahi duten edukia gurasoen gustokoa ez denean beste toki batetara, beste telebista batetara joateko aukera sarri aipatzen da, eta hartara gurasoek telebista elkarrekin ikusten dute gela batean, eta eurek beste batean, bakarrik. Beste toki batetara joateko aukerak, gainera, edukiaren gainean negoziatu behar ez izatea dakar :

MU 20 E: Nik aitagaz koinzididuten badot, berak gure deuen. (BARRE)

DU 24 G A: (.) nik uste dut eguarditan ikusten dot programa hori, horrek esan duen Mujeres y hombres hori (BARREZ), beti ikusten dot nik be bai ta gurasoei ez jake gustetan, ez jake gustetan, ganera bronkie botaten doztie, orduen sartzen naz sala txikixen eta hor ikusten dot, ez jakelako gustetan programa.

Bakarrik edo lagunduta telebista ikustearen aukera sarri edukiaren arabera izaten da, baina baita konpainiaren beraren, eguneko momentuaren eta egoeraren arabera ere. Edozelan ere, aukeratzen diren edukiak, telebista ikusteko hartzen den jarrera eta oro har telebista ikustearen esperientzia ezberdinak izaten dira konpainiaren arabera:

DU 24 G B: (...) nik behintzat eberdixetan bai ikusten dot igual familixaz telebisino, gero atsaldien edo gabe partien etxian ibiltzen banaz, normalien nire familixek ikusten dauena ez jate gustetan, orduen ba, nik pentsaten dot bakarrik ikusten dodala gabetan telebisino.

DU 24 E: Ni lagunegaz bizi naz da gabetan aprobetzetan dogu ba peli bat edo ikusteko batera edo, o sea, gabekoa ya da gauza komune. ta gero ya eguardixetan da bakarrik, egoten nazenien, bakarrik.

DU 24 G A: (...) beste batzutan da sin más, lagunekin zauzela ta ba goazen zeozer ikusten, baina ez zauz deskantzetako, ba zauz peli bat ikusten ba entretenimiento moduen.

Telebistak jendea batu edo banatu egiten ote duen galdetuta, erantzun konplexuak ematen dituzte. Oro har hartuta, telebistak jendea (lagunak, familia) aldi berean elkartu eta banatzeko gaitasuna duela uste dute. “Segun” eta “depende” dira gehien azaltzen diren adierazpideak:

MU 25 G: Bff... Depende, es que depende nor ikusten dauen eta zer ikusten dauen.

MU 21 E: Ikusteko eran batu, berba iteko eran, banatu.

MU 25 G: Biek apur bet.

Etxean bakarrik egoterakoan telebistak egiten duen konpainiari (azterketa kategoriaren bigarren adiera horretan) ere garrantzia ematen zaio. Telebistak “konpainia antzeko bat” eskaintzen du, halakoetan, bakardadea ez sentitzeko modu bat. Inguruan jendea dagoenean “zarata hori” ez da hain beharrezkoa, baina bakarrik egotekotan, telebistaren presentzia hori, konpainia hori eskertu egiten da:

BI 29 E: (...) Edo dau biztute, nire etxien lez, baina etzo inok kasorik eitxen. Da nire etxien edo mutilegaz edo mutile ez dauenien ba neuk bakarrik. bai. Normalien telebisinoa ikusten naudenien egixe da beti nauela beste zeozer etxen. (...) Baia behintzet hori zaratie dekozu.

Helduak 1 adin taldearen ohituren adierazgarria da telebista ikusi-ikusi, etxeko denekin ikusten dutela adierazten dutela. Etxean bakarrik egotea gutxiagotan gertatu ohi zaie, eta egonda ikusten telebista piztuta dagoenean beste zerbaitetan ere badabiltza aldi berean (etxeko lanekin, hurrengo eguneko klaseak prestatzen...). Telebista bakarrik ikustekotan, bereziki gustokoa den zerbait dagoelako izan ohi da. Bestalde, batzuetan telebista gurasoeekin ikusteak umeentzat balio berezia duela ere aipatzen dute:

BE 40 E b: Ikusi-ikusi, danakaz.

BE 37 G: Nire semiek neugaz gure dau ikusi partidue. Ez dakit zergaittik.

BE 41 E: Segun eta zer, deportiek beragaz gure dauz ikusi.

BE 37 G: Eta ganera gustetan jakie pilo bat, nire ondoan jartzie eta ikustie pilo bat gustetan jakie. Bixeri. Domeka honetan adibidez "orduerdi dekozue ikusteko nigaz", jartzen die eta gustaten jake.

Kirola adibidez, telebistaren inguruan familia eta lagunak elkartzeko aitzakia eta arrazoi bezala ikusten da. Baita *El Conquistador del Fin del Mundo* bezalako realityak ere, familiako kideren bat edo batzuk zaletzen direnean. Zentzu horretan gazteen adin taldea baino malguagoak dira edukia aukeratzeko orduan, familia osoak zerbait elkarrekin ikusteko aukera dagoenean:

BE 37 E: Ba guk por ejemplo futbola neure aitxen etxien ikusten dogu beti. Ze biak bizi diez, ta futbola famili guztixek ikusten du. Osea. Athleticen partidue dauenien.

BE 37 G: Guri, famili moduen elkartu eitxen gaittu. Domekatan partidue dau eta "etorriko zarie etxera ta ez dakit zer." ta orduen eh afaltzen dogu, jan, ikusten dogu danok. Bueno, Athletic dauzeneko jesarten zarie bebai ikusten. Normalien eh. pelikula bategaz ez zien etorriko.

Telebista bikotearekin batera ikustea da ohikoena Helduak 2 taldean, familia osoak elkarrekin ikustea baino askoz ohikoagoa. Denek batera ikusteko oso gauza konkretua izan behar du, beren-beregi aukeratutako filme bat, denek jarraitzen duten saio bat (*Mihiluze* adibidez)...

Telebista bat baino gehiago duten etxeetan argi eta garbi agertzen da eduki ezberdinak ikusi nahi izatekotan gela ezberdinetara joateko joera. Gainera telebista bakarra egoten zen garaia nolabaiteko nostalgiaz gogoratzen da, ikusiko zena erabakitzerako orduan ados jartzen ziren aro bat gogoratzen baitute. Telebista, zentzu horretan, familia bana dezakeen elementu negatibo gisa ere ikusten dute batzuek ("el intruso"), eta telebista bat gaino gehiago izatea eta kate aukera handiagoa izatea arrisku bezala ikusten dute, bereziki gazteen artean:

LE 52 E: Klaro, eta zenbat telebisiñu gehiau be bai, ze klaro, ba horixe, etxien telebisiñu asko eukitxa banandu eitten da. Gurean be pasaten jaku, eta orduan goixan (...) -ek be daukolez telebisinoia, ados ez bada ipintzen, ba esan, "ah, ba ni gora noia", eta orduan gora eskapaten da.

MU 55 E: Ez, alabak batzutan izeten da, ganera, alboan egon dittezan, txokoan izaten da, ze kanbia iten bazu, gure kanala, guri gustaten dakon kanala badau, ensegida doaz etxera, ospa. Eta orduan aguanta egin behar da apur bet gure bazu alboan euki (BARRE).

Kasuren batean aipatzen da, familian egoteagaik edukiaren gaineko kontrolari muzin egiten zaiola ("semeari uzten diot mandoa, gitxienez alboan egoteko", "aguantau ein behar"...). Aurreko adin-taldean ere gertatzen den bezala. Hala ere enteresgarria da azpimarratzea telebista gailuek eta gazteekin ez ezik ordenagailuek eurek adin-talde honetako parte-hartzaileen artean ere "beste telebista" horren funtzioa betetzen dutela, eurek zerbait berezia ikusi nahi dutenean, edo beste norbait telebistan ikusten ari dena ikusi nahi ez dutenean:

LE 54 E: Nik bakarrik nauenian bai juten naiz ordenadorera eta igual programa hori, ba adibidez Puente Viejo ikusteko ikusteko, baina bestelan.

LE 52 E: (...)pilo bat gustaten jakon, eta orduan haxe nahi izeten eban, eta niri ipintzen uztan, baina urduri horrek, eta orduan esaten naben "bale, zuretzako, ni banoia", eta orduan juten nintzen ordenagailura.

Adin talde honetan ere telebistak egiten duen konpainia sarri azpimarratzen da, etxean bakarrik egoterakoan:

LE 54 E: Neu bakarrik nago etxian da konpainia halantxerik, ba hantxe zeuzer entzuten dotena gauzak halakuak, da nau etxeko gauzak eitten, hori.

Nagusien adin taldean ere telebista bat baino gehiago daukaten etxeetan bakoitzak bere edukiak aukeratzeko joera ageri da, baita etxeko espazio zehatz batzuk eta bertan dauden telebistak etxeko kide zehatzekin lotzekoa ere (kuartue, eskatza...):

AU 67 G: Bai bai, inoz gurin be eh. andriek alde eitten deu gurin be inoz, eh? Ba, ez dakit, zeozter ikusten bada nire anaie edo. berak beste zeozter interesen badauko igual kuartora joaten da apur baten.

AU 85 E: Bai, hori geuk be ein dogu.

AU 77 G: Andrie programa bat ikusten badau nik be ba, kuartuen ikusten dot deportie.

AU 85 E: Gure gizonak be futbola gure izeten deu ba.

AU 74 E: Bai ba.

AU 85 E: Derrigor futbola edo pelotie edo.

AU 85 E: Oin, eskatzekua neurie izan bi leuke ezta?

Egoitzan elkarriketatutako parte-hartzaileen kasuan ere, gehienek norbere gelan telebista bat daukate, eta hortaz egongela komunitate alde egin eta bertan bakarrik ikusteko aukera. Besteekin batera ikusterakoan sarri norberaren aukera ez dena onartu behar izaten dute, eta "ixilik egon biher" norberak ikusi nahi duena ikusi ezinda ere. Alde horretatik bakarrik ikustea erosoagoa da, ez baita inorekin ezer adostu beharrik. Baina aldi berean kritiko agertzen dira norberak berea bere gelatik ikusteko joeraren aurrean, eta joera hau aldi berean euskaldunen betiko ezaugarritzat eta egun etxe bakoitzean telebista bat baino gehiago joerarekin lotzen dute:

BI 75 G: Euskaldunek diferente. lehen ikusten zan telebisinon inguruan. oin daku danak kuartuen, da kuartuen. bakotzak berie. Kanbieu.

MODERATZAILEA: Ta zelan da hobeto, zuen ustez, bakotzak berie ikustie gure deuenien, edo erabaki danon artien.

BI 83 E: A pelo ein biher.

BI 75 G: Bakarrik hobeto.

MODERATZAILEA: Bakarrik hobeto? Problema gitxiau?

BI 75 G: Ba klaro.

BI 88 G: Indibidualak gara, euskaldunek bakizu. norbere leku txarra da. Ez da egixe ala?

5.1.7. TELEBISTAREKIN BATERA: ALDIBEREKO JARDUERAK

Aurretik ere ikusi dugun legez telebista ikustearen jarduerak denbora eta espazioa okupatzen baditu ere, honek ez du esan nahi inolaz ere jarduera eskusiboa denik. "Aldibereko jarduerak" ahalbidetu eta sarri bultzatzen ditu adin ezberdinetako partaideen artean

Gazteen artean adibidez oso ohikoa da elkarriketatutako telebistaren aurrean beste zerbaitetan aritzea, eta sarri telebista "fondoan" edo atzealdean dagoen zerbait bezala hartzen da. Telebista "ikusteaz" batera, aldi berean egiten diren jardueren artean ordenagailuarekin ibiltzea, irakurtzea, janaria prestatzea, bazkaldu eta afaltzea eta lagunekin txateatzea (ordenagailu zein eskuko telefonoaren bidez) aipatzen dira besteak beste.

DU 24 G A:Es que nik gauza bixek ikusten dodaz batera, nik eukitten dot ordenadorea aurrien ta telebistie atzien ba konpainia egiteko.

DU 24 E: Ba adibidez serieren bat edo ba jarraitzen dotela banau, bai, banau, baina askotan ikusten da telebista dagoela baino nauela edo berba eitten, edo ordenagailuen, edo irakurten.

Albistegiak izan ohi dira horretarako aukera, sarri gurasoek jartzeko ohitura izaten baitute, eta egunerokoaren ohituraren parte bilakatzen dira, zeinen gainean norbere intereseko jarduerak bateragarri bihurtzen diren, oro har naturaltasun osoz:

MU 21 E: Bueno, ni jaten nauenean bere bai Teleberrie dago ipinite pero, de fondo moduan.

MU 25 G: Nik afalduten.

MU 21 E B: Nik teleberriegaz bai, afalduten (...) Ni ordenadoragaz batera egoten naz.

MU 25 G: Ni be bai, ordenadoragaz batera, bai.

MU 20 E: Ba telebisiñue piztuta dau a todo momento, baina al gara egon beste gauza bat eiten.

Irratia zein telebista zentzu horretan atzealdean dagoen “zarata” horren sinonimo bilaka daitezke, bata zein beste, ezberdintasun handiegirik egin gabe. Kasuren batean gainera irratia telebistaren bidez (LTD bidez) sintonizatzen da, unearen arabera:

BI 29 E: Jan, bueno, afaldu. Bezkaldu ez. Ez. Afaldu, ta beti berez eh? Baie sarritxen bai. Bueno, gero badinotzut, sarritxen leidu berebai. Ordenadoran ibili berebai. (...) Bueno, plantxie igual bai. Plantxie bai telebisinoagaz. Baie ostantzien radixoa imintzen dot, bai, telebisinoan.

Ezberdintasun nabarmenagoak ageri dira, aldiz, Helduak 1 adin-taldearen barruan, telebistaren aurrean egiten diren edo egiten ez diren aldibereko ekintzekiko. Pertsona batzuek ohitura handia dute etxeko lanak (plantxa, bazkaria, harrikoa) zein hurrengo eguneko lanen prestakuntza telebista piztuta burutzeko, beste batzuek ez; batzuk irakurri egiten dute telebistaren aurrean (egunkaria, aldizkariak zein liburuak) beste batzuek ez... Kasu batzuetan azpimarratu egiten da telebista beren-beregi ikusteko pizten dela, ez beste ezer egiteko aldi berean.

BE 40 E b: Nik dana. Plantxie, jatekue. Kuartuek eta eitxen naueniko ha telebisinoa igual biztute egongo da, baina ni enau ikusten. Baie eskatzen naueniko, normalin plantxie. Plantxie edo jatekue. Edo harrikue bebai. Azkenien ez zauz ikusten, baina dakozu zaratie.

BE 37 G: Nik egunen baten hurrengo eguneko lanak apurtxu bet begiratu eta errepasatu. Batezbe errepasau zer eingo dozun hurrengo egunien eta apurtxu bet ikusi, apurtxu bet antolatu hori ba. gogoratu, begiratu.

BE 37 E: Ba nik ez dot eitxen ezer. Ni telebisinoa ikusten banau telebisinoa ikusten nau (barre).

BE 40 G: Neu bebai!

Parte-hartzaile batzuek ez dute telebista ikustea bere-horretan ulertzen, aldi berean beste zerbaite ere egiteko baitarabilte beti. Beste batzuek ordea telebista beste zeregin zehatz batekin batera ikustea eguneroko “erritual” bezala ulertzen dute, biak ala biak aldi berean eginda. Bereiztu egiten da hala ere telebista piztuta egin daitezkeen gauzen (jan, gauza arinak irakurri...) eta ezin daitezkeen artean (“ikasi bi doten zeozer banau leiduten hor ez dot biztuten telebisinorik”).

BI 43 E: Edozer gauza. Osea nik, telebisinon aurrien jesartzie bakarrik telebisinoa ikusteko, inoz bez. Beti hartzen dot zeozer. Edo errebestie, edo zeozer josteko edo. beti nau zeozer eitten. Halan jesarri, ikusten? Nik inoz bez.

BI 39 G B: Nik igual noiz-behinka hori, irakurri baina, ez dakit, eskaneatu, osea, apur bat. begiratu eta. argazkiren bat edo holan.

BE 40 E: Neure kasuen, leiduten badoten egunkarixe edo rebiste bat, de estas revistas del corazón edo. ez dazte inporta telebisinoa eukitzie biztute, baia liburu bat banau leiduten edo neuk ikasi bi doten zeozer banau leiduten hor ez dot biztuten telebisinorik.

Beste ezer baino gehiago, ohitura kontua dela azpimarratzen dute adin-talde honetan: dela etxetik aldeaz aurretik jasoa, edo norberak egunerokotasunean garatutakoa. Kasu batetan aipatzen da telebista internetara sarbidea ematen duen gailuren batekin (tablet-arekin) batera ikusten dela, ikusten ari denari buruzko informazioa bilatzeko:

MUS 47 G: (...)Ba igual hori, badekozu bost minutu ta jesartzen naz ta badut hor telebista piztuta eta hori, ba blogak irakurtzen edo. Noizbehinka, noizbehinka bebai igual ikusten duzu zeozer, telebistan entzuten duzu zeozer, ez dakizu zer den. ikusten ari zarela jotzen duzu Wikipediara, ba ez dakit, hori nor zen edo holako. ez dakit, holako gauzak egitea ez?

Helduak 2 taldean ere oso ohikoa da telebista ikustea beste jarduerak batzuekin batera gertatzea; bazkaltzea eta afaltzea batez ere, baina baita etxeko lanak (plantxa, jana prestatzea, etxeko kontuak eramatea...).

LE 53 E: Gero Teleberria edo holakoa be ikusten dot, ta horrek kotileokuak? Noizbehinka beba. Plantxie ez jatelez gustaten, ipintzen dot plantxia aurrian da entretenidu itxen naz. Ta pixkat danatarikoa.

LE 54 E: Ni adibidez korrespondentzixa, eguneko sobriak eta hori. Ni jesarten nazenian afaldu eta gero telebisno aurrian Teleberri edo ikusteko asmuaz, baina nago gauza bixak eitten, o sea, nago telebista noizbehinka holan, baina nago ba kartak zabaltzen, hau ipintzen, Euskaltelek hau kobrau nau, hori bestia. holakoak, edo, ene! Oin, atzoko sudokua amaittu barik daukat, ba hartu eta nago eitxen.

Irakurtzerako orduan aldiz ezberdintasun handiagoak daude, pertsona batzuek gauza biak aldi berean egiteko zailtasunak aipatzen dituzte, beste batzuek ordea gustora irakurtzen dute telebistaren aurrean:

MU 58 G: Nik telebisinoan paretan banaz eta periodikua irakurten banau eta telebistari begira, bat be ez dot ingo.

MU 56 G: En cambio nik bai, nik eh, rito bat da, nik arratsaldean edo gaubeko bederatzi t'erdiek-hamarak, hori da nire periodikue eta telebisinua, bai.

MU 58 G: Biek eitteko kapazidadea andrak baino ez dekie. Nik ez behintzet. (BARREAK)

Nagusiak adin-taldeko emakumeen artean jostea, puntua egitea eta gantxiloa telebistaren aurrean egiten diren ohiko, are, eguneroko, jarduerak dira. Baita orokorrean egunkaria edo

aldizkariak irakurtzea ere, nahiz eta kasu honetan iritzi banaketa ageri den, telebistaren aurrean ondo irakurri daitekeen ala ez eztabaidatzerakoan.

AU 74 E: Segun.

AU 75 E: Segun zer dauen, ba.

AU 85 E: Periodikua leidu.

AU 75 E: Baina hori. interesetan ez danien. Baina ostantzien gantxilloa ein, edo puntu ein, hori e. ez dotzu ardure telebisinoa egon arren.

AU 67 G: Ni neu telebisinun bana. haxe bakarrik.

Gizonen artean behin baino gehiago agertzen da telebista ikusi eta aldi berean irakurtzeko ezintasuna, eta gazteek ikasterako orduan inguruan musika eta zarata edukitzeko duten ohituraren aurrean harridura. Aldi berean, haien aittitte-amomek telebista aurrean kaltzei begiratu gabe kaltzak egiteko zuten gaitasuna ere aipatzen dute, haiek ez baitute euren burua gai ikusten:

AU 85 E: Danak ez dakit, baina asko bai. Neuk be ein ddot sarriten telebisinoan plantau, edo errebisti edo periodiku bixen bittarttien (barre). Dale que te pego!

AU 77 G: Baina bixek ezin leikez!

AU 71 G: Ez, neuk bez! Gustora ez!

AU 67 G: Ta oin ostera gaztiek eta. musikie eta ez dakit zer ta bizten dabe estudixetako. baina nik zaratarik bada, dana entretenidute nau! Da irakurten bana, ez dakit zer irakurten nauen.

5.1.8. TELEBISTAN ZER? TELEBISTAREN EDUKIAK

Telebista kateak ez ezik, eduki zehatzak, formatu jakinak eta saio konketuak ikusi eta jarraitu ohi dira telebistan. “Telebistako edukiak” aldagai taldearen baitan hauen inguruan galdetu zaie parte-hartzaileei.

Edukiei buruz galdetuta, 35 urtetik beherakoek kalitate gutxiko edo prestigio gutxiko programak hartzen dituzte hizpide gehienbat: “txerrikeriak”. Alde batetatik sinesgaitza zaie telebistan emititzen diren zenbait edukiren izaera (eta hauen benetakotasunari buruz ere iritzi ezberdinak plazaratzen dituzte). Bestetik, eduki hauek berauek kontsumitzen dituztela aitortzen dute (kasu batean gainera “euskal kateetan” eduki hauek ez eskaintzeak jendea “hauen bila” beste kateetara bultzatzen duela azpimarratzen da).

DU 24 E: Benetan dau holako jendia.?

DU 24 G D: Bai, eta bua, "beitu zer esan tzan, baina zelan sinistu dau hori", ez dakit zer, en plan kritika, baina azkenian bat edo beste, igual te lo comes. (...) baina azkenian konturatzen zara paseu zule. programa osoa ikusi dozule, eta esaten dozu, bueno.

Interesekoak zaizkien edukiei buruz galdetuta aldiz, *Gran Hermano* eta telesailak aipatzen dira batez ere. Eduki batzuk etxean gustuko ez dituztenez, lonjan ikusteko aukera eta ohitura

ere aipatzen dute behin baino gehiagotan. Bestalde, harridura agertzen dute, haien esperientzia behintzat, telesailek garrantzia eta espazio hazkorra hartu dutelako:

DU 24 G D: ... es que hori be, serixena niretzat izan da beste boom, emon da, o sea, lehen sin más zan ta oin danak die seriek, que si no sé qué de. (...) Dana da, de los zombis, de los médicos., halako pilo bat egon die, gero que si un detektibe bat dala El mentalista, halako hori be bai, esaten dotzu, ez, pilo bat hor, o sea.

DU 24 G B: Bai, bai, bai, bai.

DU 24 G D: Nire ustez zeozer bai aldatu da. Lehen nik ez dakit zelan zan telebiste porque ikusten ginduzan marrazki bizidunek eta ya está. Baina betidanik egon dira halako.? Bai, lehenau egoten zen McGyver eta halako mierdak. (barre).

Telebistako edukiak, bai gustukoak zein hain gustukoak ez direnak sarri agertu dira Helduak 1 adin-talde honetako eztabaida-taldeetan. Aipatzekoa da baita telebistako eduki batzuek beste batzuek baino leku handiagoa okupatzen dutela adin-talde honetako partaideen eguneroko elkarriketetan. Denek saio hauek jarraitu ez arren, haien bizi-munduaren baitan kokatzeko gai dira denak:

BE 40 E b: Gehixau seriek. Horrek El Conquistador del Mundo, nire lanien pilo bat.

BE 37 G: Realities.

BE 40 E b: Bai, realities. Bai. Seriek. eta partiduk bebai. Aurten Athletic izan da, bai.

BE 41 E: Busco esposa para mi hijo.

BE 40 G: Guk realitiak ez doguz ikusten.

BE 37 E: Ai nik horrek gauzak ez dot ikusten.

BE 40 G: Ikusten douz series. Seri guztik.

Analisi eta iritzi politikodun saioak batez ere gizonezkoek jarraitzen dituzte (hauteskunde garaietarako batez ere) eta *Intereconomiako* saioak aipatzen dituzte, sutu arren ikusi ohi diren saio bezala:

BE 37 G: Ostra. ba nik programie, El gato con botas, politikakue. dana guzurre! Imindde dau aurretik ze esango deuen!

BE 40 E b: Qué gato y con botas!! Intereconomia be ikusten dozuie ala?

BE 41 E: Honek ikusten dau Intereconomia.

BE 40 G: Nik ez!

BE 37 G: Nik ipintzen badot. kaguen dios! (golpea mahaian) Nik imintzen dot ze gero gauien ikusten dot futboleko debatiek eta horrek dauzenak. Baia aurretik ikusten dot bebai politikakue. Ipintzen nau.

Lehiaketak eta reality showak dira hala ere iritzi ezberdinenak jasotzen dituzten formatoak, polemika handiena pizten dutenak. Batzuk jarraitzen dituzte eta atsegin dituzte, beste batzuk ez, baina oro har parte-hartzaileek egunerokoan izaten dituzten elkarriketetan presentzia nabarmena daukate edozelan ere. Oro har hartuta adin-talde honetako gizonezkoek eztabaida saio eta albistegiekiko lotura handiagoa agertzen dute, eta emakumezkoek aldiz reality show eta kotileo programekikoa. Kasu honek ilustratzen duen bezala, gizonezkoen artean ohikoa da saio batzuekiko distantzia markatzea, eta ikustekotan ere ingurukoaren interesekin lotzea, norberarenekin baino:

BI 39 G: Ez, ez. Ez. Konkursak eta hori, kotileo guztia. (...) Ez ezin dot horregaz. Ezta Reality Showekin bez, ezta El Conquistador del Fin del Mundo eta hori guztia. Bueno, ba batzutan. gainera El Conquistador del Fin del Mundo emazteari gustaten jako eta batzutan ba ikusi behar, baina ez da nire gustogatik. Ez dago txarto eta badauka bere puntua, baina nigitik ez.

Kasu batean, telebista ikustea informazio eta entretenimenduzko eduki zehatzak lortzeko aukerarekin lotzen da argi eta garbi, eta beste bide batzuetatik (ordenagailuan, eskuko telefonotik edo tablet-etik) errazago lortuz gero, telebista bigarren plano batetara pasatzen da berehala. Hemen ere, hala ere, telebistako eduki batzuei (kirolak, telesailak, realitiak) funtzio soziala aitortzen zaie (“telebista ikusi behar duzu berba egiteko, ez?”), sarri jasanezinak iruditzen arren:

MUS 47 G: Teleberriak eta oso ordu zehatza dute, orduan bueno. Gero nire informazio iturririk inportanteena ez da telebista, internet da. Ta batzutan hori, badakizu, telebista ikusi behar duzu berba egiteko, ez? Ba igual lagun tartean eta. baina enfin, futbolaz aparte eta holan nahiko galduta nago. Pertsonai berriekin, tal. Bai. Eh. ez dut gustoko, ez dut jarraitzen. Adibidez hainbat momentutan ezin dut jasan hori, Telecincon hainbat programa.

Albistegiak orokorrean eta *Teleberri* zehazki, erreferentzia ukaezin bezala agertzen dira Helduak 2 adin-taldean: etxean egonez gero ikusi beharrekoa. Partehartzaile batek dioen bezala, “teleberrixe sagraua da”. Talde honen baitan ere asko aipatzen da Eusko Jaurlaritzako gobernu aldaketa eta honen ondorioz Euskal Telebistako albistegietan somatu duten aldaketa, batzuen kasuan albistegiz aldatzea erabakitzeraino:

LE 59 G: Beti esan da Teleberrin audientzixa bajatu ein dala eta hori, baina klaro, danok ahalegindu ginian epoka baten ba Telecinco edo entzuten, baina ez zeban, zeozer esaten eben, baina bertokoa.

Haien seme-alabek ikusten dituzten programak ere asko aipatzen dituzte (MTVko *Embarazada abuela*, *Mujeres y Hombres y viceversa* eta abar), sarri harriduraz, eta askotan amorruez eta arduraz:

SA 57 G: Eta nik alabari ere esaten diot. Andrea, esate baterako hori, holako programak ez ditu gustoko eta ez ditu ikusten, baina alabak bai, eta Gran Hermano eta holako gauzak, eta batzuetan.

SA 52 G b: Gazteen jarrerak gero harritzen gaituzte, baina zer ikusten duten ikusita ez da harritzekoa.

LE 52 G: Ni? Ni ez! Mesedez! Hori sunormalidade hori zelan ikusi al dabe? Eta gero, horrek ez bada, bestie, zelan da hori? Belen Esteban edo hori, abortadak ikusten, bueno.

Gustuko edukien artean emakumezkoen artean *Puente Viejo* eta *Amar en tiempos revueltos* telesailak sarri agertzen da, gizonezkoen artean batez ere dokumentalak eta kirolak (futbola gizonezkoen aldetik gehienbat, baina emakumezko batzuek ere beste kirol batzuekiko interesa agertzen dute – saskibaloia, balonmano, boleibola...-) asko. *Goenkale* telesaila ere

askok jarraitu izan dute momenturen batean, eta *El Intermedio* bezalako saioak ere aipatzen dira. Aipagarria da baita “oesteko pelikula” edo “bakeraden” inguruko zaletasuna, gizonezkoen artean.

Nagusien adin-taldean ere *Gaur Egun* eta *Teleberri* ezinbesteko erreferentziak dira. Adin-talde honen baitan ere Jaurilaritzako botere aldaketaren ondoren aldentzea aipatzen da, planto edo boikot modura:

AU 77 G: Gurin telediariora euskal telebisten ikusten da derrigor. Lehenengun Susio planteu zani e. luzero egon gintzan ikusi barik Euskal Telebista. Boikot eittiagaittik berari gehixau.

AU 71 G: Ta ein zeuntzon?

AU 77 G: Bai, etxe guztietan. Baina oin atzera, haxe ikusi bi dala dino ta. nik nazionala ikusi neban lehen, gehixa. Boikot eiteagaittik ha itxi. Intenzino guztixaz esan dot eh? Boikot eiteagaittik bakarrik, ein daben desastre horrek ez dau deretxorik da.

AU 75 E: Ointxe mejoretan hasi da eh? Ointxe artien Euskal Telebista egon da. txarto, txarto, txarto.

Entretanimendu modura, andrazkoek *Sálvame* eta *La Noria* bezalako saioak sarri aipatzen dituzte, “debatiek” eta eztabaida saioak. Jarraitu arren, hala ere kritikoak dira saio hauetako parte-hartzaileek elkarrenganako agertzen duten errespetu faltarekin, “txakurrek zaunkan eittie lez”.

AU 85 E: Nik arratsaldien, oin etxien egongo banintzen ikusiko naben Telecinco. Hatxek zorakeriak. Las tonterías. El cotilleo ese. Gustatzen jat. (...) Sálvame. Sálvame Diario. Emoten dabe. Ta gero emoten dabe zapatutan, edo barixakutan da? Ez, zapatutan, Sálvame Deluxe. Hori bai. Ta gero emoten dau La Noria emoten dau horretxek, Jordik.

Gizonezkoek gehiago jotzen dute kirolera, batez ere futbola eta eskupilotara, eta telesailen bat ere aipatzen dute (“Curro Romero”⁵⁰²...). Pelikuletan, adin-talde honetako gizonezko gehienak dira “bakeraden” zaleak, eta oro har bai andrazkoek bai gizonezkoek “lehengo” pelikulak nahiago dituzte, “oingo barriek” baino. Lehiaketak gehienek ikusten dituzte, batez ere *Pasapalabra*, baita arratsalde parteko Klaudio Landaren programa ere.

LEZ 67 E: Eta pelikulek. Baina badinotzut, pelikulek, oingo barriek ba igual badau batan bat interesante, ezdakizu? baina normalean e lehengoak. Bai.

5.1.9. TELEBISTARI EGITEN ZAION KASUA: JARTZEN ZAION ARRETA.

“Arreta” kode fokalizatuaren pean telebistari piztuta dagoenean eskaini ohi zaion aditasunaren inguruan galdetu zaie adin-talde ezberdinei, zenbaterainoko jaramona egiten

⁵⁰² Curro Jimenez, berez. Jatorrizko esaera mantendu da aipuan.

zaion alegia. Ikusiko denez, kasu, arreta edo jaramon honi buruzko interpretazio ezberdinak azaltzen dira berehala.

Gazteen artean, talde batean telebistari kasu egiteari buruz galdetuta telebistaren sinesgarritasunari buruz eztabaidatzeari ekin diote, hedabidearen legitimotasunarekin eta informazio funtzioarekin lotuz. Eztabaida telebistari eskaintzen zaion arretan zentratuta, berehala azaltzen dira jarrera eta joera ezberdinak. Orokorrean fondo, “ahots” edo zarata bezala erabiltzen denean, konpainia egitea, laguntasuna egitea da bere funtzion nagusia : giroa (“anbientie”) sortzea eta konpainia egitea. Elkarren arteko isiluneak estaltzeko balio du telebistak (“ez dakigu egoten zarata barik”).

DU 24 E: Ba adibidez serieren bat edo ba jarraitzen dotela banau, bai, banau, baina askotan ikusten da telebista dagoela baino nauela edo berba eitten, edo ordenagailuen, edo irakurten. O sea, apur bat como fondo, hor (...) Ambientie, o sea, ez dakit, ambientie edo emoteko. Igual bi gauz bakarrik berbetan, nahiz ta ni puto caso ez egin, ba dau hor bada, como, bai, dau.

Kasuren batean arreta oso programa konkretuei eskaintzen zaiola aitortzen da esplizituki: informatiboetan (kirolak heldu arte), eta pelikularen bat ikustekotan. Bestela telebista ia-beti bigarren mailako elementu bihurtzen da bere egunerokotasunean:

BI 29 E: Ez. Normalien ez. Teleberrixe, deportiek ailege arte bai. Teleberrixeri bai. Da holango programatan, osea holango programak ikusten gauzenien etxiern, berbetan ez bagauzen berebai, baie normalien ez zauz, ez gauz isilik adi-adi. Da pelikuliek ikustekeran berebai, bai, hori bai. Baina ostantzien ez, dekot biztute da aprobetxetan dot beste gauza batzuk eitzeko.

Helduak 1 adin taldeko partaide gehienentzat ere gauza zeharo ezberdinak dira telebista piztuta edukitzea eta berau ikusten egotea (salbuespenak albuespen, parte-hartzaile batzuek telebista berau ikusteko soilik pizten dutela adierazten baitute). Hala ere, ezberdintasunak agertzen dituzte piztuta dagoen telebistari eskaintzen dioten arretari dagokionez. Batzuek telebistak berehala “harrapatzen” dituela aitortzen dute. Beste batzuentzat aldiz telebista ikusten jartzea erabaki kontzienteagoa izan ohi da, norbere interesaren arabera:

BI 39 G B: Ni errez engantxatzen naz, ze igual emazteak jarri dau telebista, ta ni pasatzen naz handik da. berdin jat, baina bapatean entzuten dot zerbait, da geratzen naz han zutik ikusten edo. pasatzen dira bost, bi minutu eta, zer egiten dot? (...) eta igual emaztea lo geratu da eta nik jarraitzen dot ikusten edozein gauza! Hasta el Sálvame!! (BARRE)

BI 43 E: Nik biztuten badot zeozertarako da. Bakarrik etxera heldu ta imini. ez.

Orokorrean hala ere talde honetako partaideek oso barneratuta daukate lehenengo beharra dagoela (bai lanlekukoa zein etxekoa), eta gero telebista:

BI 39 G: Emaztea igual dago jesarrita telea ikusten, ni heltzen naz. janzen dot pijama eta hori eta jesartzen naz, zuzenean. Baina heltzen banaz ez dakit nondik eta umeak dagoz telea ikusten eta nik prestatu behar dot afaria, batu arropa (...) igual heltzen naz momentu batean lan asko egin behar dodala. ez naz jesartzen. Gauzak egin behar dodaz eta kitto.

Lehen ere aipatu bezala, oso ohikoa da Helduak 2 adin-talde honen baitan telebista piztuta dagoen artean beste jarduerak batzuetan jartzea arreta. Parte-hartzaile batzuk gai dira arreta telebistaren eta beste jardueraren (egunkaria irakurri, josi, sudokua egin...) artean alternatzeko. Beste batzuk gauza bakarra egitera ohituta daude, eta telebista piztekotan telebista ikusteko izaten da. Hemen ere, etxean denbora gehiago pasatzen duten pertsonak telebista “fondoan”, “konpainia halantxerik” edukitzeko joera handiagoa dute, eta baita arreta jarduerak ezberdinen artean banatzekoa ere.

LE 54 E: Ni adibidez korrespondentzixa, eguneko sobriak eta hori. Ni jesarten nazenian afaldu eta gero telebisno aurrian Teleberri edo ikusteko asmuaz, baina nago gauza bixak eitten, o sea, nago telebista noizbehinka holan, baina nago ba kartak zabaltzen, hau ipintzen, Euskaltelek hau kobrau nau, hori bestia. holakoak, edo, ene! Oin, atzoko sudokua amaittu barik daukat, ba hartu eta nago eitxen.

LE 52 E: Eta daukazu bi, zagoz telebisinoia. bai, neu be bai, bardin.

LE 54 E: Telebisinoia ikusten eta beste gauza bat eitten, edo josi bi dot ez dakit zer.

Amaitzeko, telebistarekin batera egiten diren jardueren buruzko azpiatalean azaldu bezala⁵⁰³, Nagusiak adin-taldeko emakumeak oso ohituta daude telebista aurrean josten, puntua egiten eta gantxilloa egiten, baina hala ere telebistari “kasu dana” egiten diotela adierazten dute sarri, edo saioaren interesaren arabera, jarduerak batetik bestera salto egin. Ez dute arazorik aurkitzen gauza biak aldi berean egiteko. Gizonezkoen artean aldiz, telebistara egotekotan, horixe bakarrik egitearen aldekoak dira gehiago.

AU 75 E: Bai bai! Bai. kasu dana! Osorik!

AU 74 E: Segun.

AU 75 E: Segun zer dauen, ba.

AU 85 E: Periodukua leidu.

AU 75 E: Baina hori. interesetan ez danien. Baina ostantzien gantxilloa ein, edo puntu ein, hori e. ez dotzu ardure telebisinoia egon arren.

AU 67 G: Ni neu telebisinun bana. haxe bakarrik.

Inguruan zer gertatzen den ahazteraino arreta guztia telebistari zuzentzea ere gertatu izan zaiela aipatzen dute parte-hartzaile batzuk, “berba ein ta igarri ez”. Edozelan ere argi adierazten dute ez dela beti berdina telebistari eskaintzen zaion arreta edukiaren interesaren eta eguneko momentuaren araberakoa ere izaten da:

LEZ 67 E: Bueno, bada niri gustetan daztena bai. Baina gauetan, badinotzut, nahiz gusta, niretzako da somnifero. Momentun lo. Gero izartuten naz eta ostabere.

⁵⁰³ Ikus “Telebistarekin batera”, kapitulu honetan bertan.

5.1.10. TELEBISTA MINTZAGAI: TELEBISTA ELKARRIZKETETAN.

Telebistaren inguruan asko hitz egiten da, bai fisikoki, haren inguruan bilduta, eta baita berau hizketagai bezala ere, haren aurrean egon gabe. Hartara, telebistak egunerokotasunean duen garrantzia piztutako pantailaren aurreko “Berba” aldagai multzoaren bidez jaso dira parte-hartzaileek honen inguruan esandakoak:

Eduki batzuk beste batzuek baino elkarrizketa eta eztabaida gehiago eragiten dute gazteen artean, bai saioa ikusten ari diren artean, eta baita hurrengo egunetan ere. Adibide argia Simpsondarrena da, batez ere mutilen artean aipatzen dena, eta kuadrilao elkarrizketetan urteetan lekua izan duena, eta izaten jarraitzen duena oraindik ere:

DU 24 G D: Bai, guk adibidez guk komentetan dogu Simpson "a muerte", nahiz ta izan repetiduek. (BARREZ) Bai, hori bai. Osea, guk behintzat hori komentatzen dugu, ikusi dozu kapitulue, ta hori bai. (barre)

DU 23 G: Zortzi bider ikusitte baina ondino bai.

DU 24 E: Es que azkenien hazi gara eurekin, ez? (BARREZ)

Gainera, programa batzuk ikusi ezean, egunerokoan lagunen artean elkarrizketatik kanpo geratzeko arriskua dagoela ere aipatzen dute:

BI 29 E: ...normalien inguruen beti dekozu baten bat, "ikusizu. eh. Conquistador, ta." galdute ibiltzen naz. Baina bueno, oin ya. igual lehen gehixau izeten zan eh? Hamazortzi, hogeitaz gehixau komentetan zuz holango gauzek.

MU 21 E B: Fuera, totalmente fuera zaoz (BARREZ).

Albisteak ere komentatzen dira, baina etorri ahala, ez *Gran Hermano* edo *El Conquistador del Fin del Mundoren* jarraitutasunarekin. Fikzioaren gaurkotasunak garrantzi handiagoa du telebista oinarri duten gazteen elkarrizketetan zentzu horretan, errealitatearenak baino. Sarri gainera, aurreko egunean (iluntze edo gabaz) ikusitakoa komentatzea izaten da "Lonjara ailegau eta lehenengo gauzea (MU 21 E B)" bereziki etxean saio hauek ikustea gaizki ikusita edo debekatuta dagoenean. Elkarrizketa gai diren saio eta edukien artean ezberdintasun nabarmenak daude neska eta mutilen artean, *Gran Hermano*k adibidez nesken artean askoz arrakasta handiago du mutilen artean baino. Futbolak, alderantziz, hizketaldi eta eztabaida gehiago eragiten ditu mutilen artean. Neskaren bat kexu da telebistak elkarren arteko elkarrizketa oztopatzen duenaz, baina berriro ere, edukiaren arabera, eztabaida berehala sortzen dela nabarmentzen dute, baita elkarrekin ez daudenean ere, eskuko telefonoetako whatsapp “txateatzeko” programaren bidez:

MU 20 E: Depende ze ikusten zauzen ere bai debatilloak sortuten dire eta holan.

MU 21 E: Gu ganera, aunke ez egon lonjan batera, komentarioak beti dauz, whatsapp-ean. Dekogu grupo bat eginde eta komentarioak whatsapp-etik a punta pala.

MU 21 E B: Gauz berdine ikusten etxean igual gauetan eta comentando todo.

MU 24 E: Es que gure koadrilan mobiletik egiten dogu berba!

Telebistan ikusgai dagoenaren inguruan berba egiteko zaletasun handia agertzen dute Helduak 1 adin-taldeko parte-hartzaileek, batez ere emakumeen artean, telebista familian ikusten denean:

BE 40 E b: Guk berba ta berba! Pelikuletan bebai eh? Berba ta berba! Askotan. isiltasune ta dana eskatu bi da.

BE 37 E: Akordetan zarie pisuen egoten gareenien danok, azkenien pelikulek itzi ein biher izen ginun ikustie, ze.

BE 41 E: Klaro, umiek eta. zegaittik hau? Ta azkenien ba. ez dou ikusten ezer.

Hurrengo egunean ere, ikusitakoaren inguruan berba egiteko ohitura ageri da, batez ere lantokian, eta hemen ere azaltzen da saio batzuk jarraitu ezean taldetik kanpo geratzeko arriskua edo sentsazioa:

BE 40 E b: Guk biharrien asko.

BE 41 E: Pintxo orduan komentetan du. gauza asko.

BE 40 E b: Jolasorduen bebai. Irakasleguen.

BE 41 E: Atzo ikusi zinuen hau, bestie.?

BE 40 E b: Da azkenien gehixenak segun zer ikusten dauen zu erdi-obligeta zauz bebai ikusten, gero berba eitteko.

BE 40 E b: Ze. El conquistador del Fin del Mundo domekantan nire lankidiek danak ikusten izen dauie. Da azkanien ez badozu ikusten ez zara. ez zauz talden barruen. Aurten partidue.

Futbolaren inguruan telebistak herriarengan pizten duen interesa eta interesa ere kaleko solasaldien igartzen dela azpimarratzen du beste partehartzaile batek. Telebistari esker, futbola afera publikoa bihurtzen da, eta hortaz elkarriketa eta eztabaidagai:

LA 40 G: (...) Eta jendeak nahiago duela tabernan ikusi futbola etxean bakarrik baino, ez? Ni ez nago hor, ez naiz futbol zalea eta orduan apenas kontsumitu ditut azkenengo urteetako kopak eta garaipenak, eta euforia hori, ez? Baina, eta inoiz ikusi dut partidu zatiren bat edo etxean bakarrik eta konturatzen naiz askoz ere erakargarriagoa dela garagardo artean, jendearekin, kriston afaria prestatzea, afaria baina afari irekiak, jendeak gauzak ateratzen ditu, eta, eman da hori, eta hori niri iruditzen zait, adibidez, futbolari esker hori eman bada, ba gora futbola ere bai ez?

Beste partehartzaile batek aipatzen duen legez, telebistak ezberdinen artean komentatu daitezkeen topikoak eskaintzen ditu, dela kirola edo "kotileoko" programen bidez:

MUS 47 G: (...) oso ezberdinak gara, gero bakoitzak badu. bata arotza, bestea iturgina, bestea albaitea, bestea ez dakit zer, eta ni liburuzaina. Orduan batzen gaituena izaten da edo futbola edo bueno. orduan topikoetara jotzen dugu, ez? Politikaz gitxi hitzegiten dugu, ta. Bueno. ta emakumeen artean bai dela hori, kotileo, ez? Hombre, kontutan hartu behar dugu hori, denbora libre dela, bariku arratsaldea dela. lan jardunaldia bukatu duzula eta nahi duzula, en fin, ez dakit ez? "Un poco de evasión", ez? Eta evasión zer da? ba futbola edo kotileoa eta bueno.

Telebistan ikusitakoaren inguruan lehen orain baino gehiago hitz egiten zela uste dute Helduak 2 taldeko parte-hartzaile askok, beste gauza batzuen artean lehen kate-aukera murriztagoa zegoelako, eta mundu guztiak antzeko edukiak ikusten zituelako. Beste parte-hartzaile baten ustez oraindik ere komentatzen da ikusi eta entzundakoa, baina ez non (ze katetan, telebistan ala irratian...) ikusi den, mugak lausoagoak dira orain.

MU 51 E: Bai. Guk adibidez jolasaldian eta kafetxu bat hartzen irakasleen artean, hori, beti urteten direz gertakizunen bat, edo. baina inork ez dugu esaten "ah, ba nik ikusi dut halako telebistan, edo halako irratian, edo.", ez da komentatzen non, baizik eta zer, zer esan den.

MU 58 G: Bai, hori bai, baina programa bat danian, esate baterako, Gran Hermano edo holako gauzak.

MU 55 E: Bai, badakizu telebistan ez dan, o sea, ETBn ez dana izan, edo biazena edo komentaten bada, badakizu, uste dot ETBn ez dagola, baina bueno, lehen egon zan, orain dela urte batzuk bai egon zan, baina asko komentaten da han, gure gremioan, biazena, "eta ikusi dozue ez dakit zer?", eta da o Cuatro o, lehenengo kadenea, La Primera.

El Conquistador del Fin del Mundo ere aipatzen da talde honetan hizketagai tipiko bezala, bai saioak irauten duen artean eta baita hurrengo egunean ere. *Puente Viejo* telenobela, aldiz, emakumeek asteburuetan komentatzen dute kuadrilan, lagunak batzerakoan (etxean ez baitaukate orokorrean norekin komentatu), baita *Downton Abbey* ere, noizbait. *Españoles por el Mundo* eta *Callejeros Viajeros* saioak aipatzen ditu parte-hartzaile batek gustora beraien inguruan berba gustora egiten diren telebistako saio bezala, eta nolabait bisitatu gabeko lekuak ezagutu eta bidaiari buruz hitz egiteko modu bezala. Gizonezkoek gutxiago aipatzen dituzte telebistaren inguruko hizketagaiak, eta aipatzekotan futbola edo albisteak aipatzen dituzte.

Nagusien artean telebista ikusten den artean asko hitz egiten delam, eta dutela, aitortzen dute. Baita norberak interesa duenean besteei isiltzeko eskatzen diela, baina interesik ez duenean berehala hasten dela berbetan ere bai.

AU 75 E: Jesus Maria!

DSA 57 EK: Bai! Bai.

AU 67 G: Norberak ez badeko interes handirik igual hasten da berbetan, ixi! albokuk, berai interesetan baxako, ta bueno.

AU 71 G: Hori umiek eitten dabe. Dibujos animados ikusten badauz eurek inok ez deu barbarik ein biher! Danak isilik egon bi dabe. Ostantzin. Ta zeu partie entzuten bazaz, eurek han dabiz, ta isilik egoteko esan, ta alperrik.

Hurrengo egunean berriz, albisteak eta kotileoak komentatzen dituzte batez ere, aktualitatearekin lotutakoak telebistako fikzioarekin (telenobelak edo telesailak...) baino gehiago. Gizonezkoek albisteak aipatzen dituzte gehiago, emakumezkoek aldiz prentsa arrosarekin lotutakoak:

AU 77 G: Beti komenta da. Notizi inportante samarra edo. barrixe edo bada gauzie.
AU 85 E: Andrazkuek ez die ibiltten gauza zerak esaten. Ha neskie guapie egon zala edo (barre), halako aurpegie eukala edo. Holako kontuk!

5.1.11. ZAPPING EGITEA: AUKERAKETA ETA JARIOA

“Zapping” egiteak adiera ezberdinak hartzen ditu. Iragarkietatik alde egiteko ohitura zein telebista ikusteko modu konkretu bat izan daitezke, pertsona eta momentuaren arabera. Ondoren adin-talde ezberdinek emandako erantzun adierazgarrienak jasotzen dira:

Zapping egitea ia modu unibertsalean aitortzen den jarduera da gazteen artean, eta oro har ez da oso jarduera positibotzat hartzen, alderantziz, telebistaren kalitate eskasaren sintomatza bezala ulertzen da ia-ia. Zappinga, zapping egiteagatik, ikusteko “ezer” ez dagoenean, baina “ezebe baino hobeto” den jarduera bezala hartzen denean egiten da, edo iragarkiak heltzen direnean automatikoki hasten den ekintza bezala bestela. Interes faltak hasiarazten duen jarduera da beraz, aisia absentearekin lotura indartsua agertzen duena. Bakioko neska gazteak ere telebista ikustea “zapping eitxearekin” lotzen du, egiteko beste ezer ez dagoenean egiten duenarekin.

DU 24 G D: Nik pentsetan dot barruan dala la esperanza zeozer aurkitzekue.
DU 24 G A: Zappina da, el claro ejemplo ez dauena ezebez interesantie, azkenean ipinten dozu, pum, o sea, mierda, pum, mierda, pum, emoten dozu buelta guztia ba, pues el menos mierda.

Helduak 1 adin-taldean zeharo orokorra da baita zapping egiteko ohitura, baina bereiztu egiten dute zapping zapping egiteagatik (“por deporte”) eta zerbait aukeratzeko ekintzaren artean:

BI 47 E: Bai, buf! Hori barik eh. nik uste dot gaur eguneko telebisinoa ikustea ezin izengo littekela ulertu eh?
BI 50 E: Nire gizonarena. Nire gizonak ez dau programarik ikusten. Bakarrik egiten dau zapping. Niretzat hori da zoramena.(...) Hatzamarra ez da gelditzen. Tritititi, tirititan ti. Mesedez, aukeratu zeozer eta gelditu.

Iragarkiak dira zapping egitearen beste motibazio nagusia, eta anuntzioak heltzeaz bat katez aldatzen dutela onartzen dutenak gehiengoak dira talde honetan. Badira iragarkiak euren horretan apreziatzen dituztenak, baina gehienek “salto” egiten dute berehala beste kate batetara, ihesean, edo beste zerbait egiteko (mahaia jaso, komunera joan...) aprobetxatzen dute tarte hori:

MODERATZAILEA: Anuntzixoak eta, zelan daroazuez?
BE 40 E b: Txarto.
BE 41 E: Zapping.
BE 37 E: Bai. bai.
BE 41 E: Nik en el momento del anuncio, quito.

BE 40 E b. Neuk be bai, neuk be bai

Helduak 2 taldean aldiz ez da bereziki aipatzen zappinga, ohiko erabileretaz gain (iragarkietatik ihes egitea, ikusteko zerbaiten bila joatea, denbora-pasa...). Hala ere partehartzaile batek aipatzen du zappinga telebistaren neurria hartu eta eskaintzari buruz hausnartzeko tresna aproposa izan daitekeela, baita aldi berean eduki ezberdinak jarraitzeko ere:

SA 53 G: Ez, nik denbora galtzen baldin banago, kate guztiak pasatzen ditut ikusteko zer dagoen, batez ere jakiteko zer dagoen telebistan, zer mugitzen den, erreflexionatzeko eh? telebistari buruz. Eta nik etxean nagoenean ikusteko telebista, hori, gauean eta hori, ditut, ez dakit, sei kate pasatzen ditudala, ordun igual hiru pelikula ona edo nahiko onak direla ematen didala, eta ikusten ditut hiru problemarik gabe, pa, pa, pa.

Nagusien artean, batzuek gehiago hartzen dute zappinga berez gazteek egin ohi duten zerbait bezala, eta beste batzuek ikusteko zerbait berezirik pentsatuta ez daukatenean dagoen aukeratzat daukate, baina oso arrunta da zappinga egitea orokorrean nagusien adin-taldean ere.

AU 67 G: Hori gaztiek asko, hori e zappinge. Guk bebai, baina denbora gehixa biztu ta ikusi barik

AU 75 E: Nik bebai asko eitten dot eh? Nun topau eh. pelikula bat edo nun.

AU 67 G: Nik ez dot denbora asko eitten, baina nauen denboran sarriten agur, paso.

AU 71 G: Uno-tik hogeita hamazortzire doaz da, danak pasetan ditudaz nik, imajina zenbat bider.

Gainera, behin zapping-egiten jarrita, buelta bakarrarekin nahikoa izaten ez dutela diote:

AU 71 G: Ez, bai, dozena erdi bider, ea hasi bada bestie edo.

AU 75 E: Nik batetik deukedaz ixte berrehun.

AU 77 G: Gurien TDTk lau edo apurtu die. asi ke pentzeu zenbat dabilen! Gora ta behera. geldittu bez!

5.1.12. TELEBISTAREN ALBOKOAK: ONDOKO KOMUNIKAZIO TEKNOLOGIAK

Telebista, egun, “telebisorea” bera, pantaila baino gehiago bilakatu da etxe gehienetan. DVD irakurgailuak, Lurrazaleko Telebista Digitalaren dekodetzaileak, bideojoko kontsolak... “Telebistaren ondoko teknologiak” aldagai taldeak elementu hauen gainean egindako galderen inguruko erantzunak biltzen ditu, bai gailuari fisikoki konektatutako teknologiei dagokienez, eta baita egunerokotasunean, telebistarekiko harremanarekin lotzen diren (dela berau osatzeko edo ordezkatzeko) gailuei dagokienez ere.

Gazteen adin-taldea da telebistaren inguruko teknologiei buruz eztabaidetan parte-hartze handiena agertu duena. Telebistaren ondoko teknologiei buruz galdegitean, berehala

agertzen dira bi dimentsio ezberdin: alde batetik fisikoki telebistari konektatutako (hardwired) gailuak ageri zaizkigu: kontsolak, DVD/Blu-ray irakurleak, LTD deskodetzaileak. Bestetik, telebistarekin harreman osagarrian edo lehiakorrean ageri diren beste hedabideak ere ageri zaizkigu, egunerokotasuneko jardunean konektatuta (softwired): irratia, egunkariak, aldizkariak, tablet-ak. Telebistaren inguruan modu batera edo bestera konektatuta daudela somatzen diren teknologien artean internetek du zentralitate handiena, beste hedabide guztiak barne hartzeko gaitasuna aitortzen baitaio.

DU 23 G: Bai, interneta, es que gaur egun.

DU 21 E: Bai, informaziorako be bai periodikuetan sartzen zara., o sea dana mugitzen da internetetik, gaur egun ya, sare sozialak be bai, ez dakit zer, badakit zer.

DU 24 G B: Dana.

DU 24 E: Ta telebistia ahal dozu ikusi be.

Era berean teknologia eta hedabideen arteko mugak ez dira finkotzat hartzen. Hala irratia entzun daiteke internet bidez, edo musika DVDa edo kontsola baliatuz. Telebista bera telebista ikusteko edo kontsolara jolasteko erabili daiteke, unearen arabera. Konektatutako gailu ezberdinek, dela fisikoki dela eguneroko ohituren bidez, geroz eta gehiago osotasun bat osatzen dutenaren pertzepzioa ere hautematen da (ordenagailua, telebista, eskuko telefonoa...). Salbuespenak salbuespen, ez dago telebistako edukiak grabatzeko ohitura handirik, eta dauden kasu apurretan sarri gurasoek eskatuta izaten da. Ohikoa da edukiak zuzenean internetetik jaistea, telebistan edukia bistaratzeko usb bidez adibidez:

BI 29 E: TDT. Ehm. dekot DVDie, pendrive-a bere. konstante ez eh? Baie. Zer gehixau. (...) bueno, mutilek itxen deu. Bai, bajatu ordenadoretik. da imini telebistan da, horixe. (...) Etxen dogu paseu, ikusteko ze etxure dekon pelikulek edo, ta bixon artien elegiduten dogu.

Helduak 1 adin-taldearen baitan sakoneko elkarrizketa batetan bakarrik jaso dira alor honekiko galdera espezifikoak, eta baita erantzun interesgarri bezain atipikoak jaso ere. Kontuan izan behar da gizon honen perfila ez dela adin-taldearen adierazgarria inola ere. Kasu honetan etxeko telebistan ez dute aparteko gailurik konektatuta, txokokoan bai, umeentzako kontsolak eta abar. Hala ere, lehenago ere aipatutako *softwired* modu horretan, hainbat teknologia jartzen ditu telebistarekin harremanean familiako egunerokotasunean, baita berean ere (dela lanagatik eta zaletasunagatik):

MUS 47 G: Etxean ezebez. Eta txokoan, dekogu pisua eta behien txokoa, ta orduan bai, Wii eta X-box. gero eta gutxiago erabiltzen dute, hori egia da. Mobilekin. adinagatik bebai, jokoak dituzte eta gero whatsapp-a dela eta, edo tuentia edo. (...) Bai, bai, bakoitzak bere gailua. Gu nahiko. nire lanagatik ni nahiko zalea naiz betidanik, eta guk etxean beti euki dogu. bueno, hori, kontsolak. Nahiz eta nik inoiz ez jolastu, baina euki bai, eta smartphonak eta tableta eta ordenagailua.

Telebistako edukirik grabatzen ote duten galdetuta, ezetz dio, gero ez baitago astirik inoiz ezer ikusteko, baina ordenagailutik jaitsitako edukiak ikusi izan dituzte inoiz, familian,

telebistara pendrive bidez konektatuta. Hedabide ezberdinek euren artean duten harremanak interesgarriak diren galdetuta berriz, baietz dio, zalantzarik gabe, eta azken olinpiar jokoak (2012koak) aipatzen ditu, ikuslearentzat hainbat aukera berri eskaini dituen jazoera bezala, eta etorkizunean telebistak hartuko duen itxuraren aurrerapen modura.

Helduak 2 taldean internet aipatzen da gehien telebistaren ondoko teknologia-komunikabide modura: egunkariak irakurri eta albisteak jasotzeko eta politika jarraitzeko erabiltzen da batez ere. Bideoak eta abar ere bilatu eta jasotzen dituzte talde honetako parte-hartzaileek, baina erabat bereizten dute ordenagailuan zerbaiten bila ibiltzea sofán eserita egon eta telebista ikustetik. Irratia ere inportantea da, batez ere informazioa eskuratzeko, eta paperezko prentsa iritzi artikulua eta editorialak asteburuetan, astia dagoenean patxada handiagoz irakurtzeko, eta telebistaren alternatiba erakargarri bezala agertzen da.

MU 62 G: Klaro, radioak dekon bentajea. atentzino barik, ez dozu zertan ikusi, ha ikusten egon, eta edozer iten zaoz, dutxan zauz zein. ta radioa dekozu, hori bentaja da.

MU 56 E: Bai, ta notiziek emoten dauzez denbora guztien.

Interesgarria da baita e-maila egunerokotasunean txertatuta dagoen zerbait bezala somatzen dutela, eta alde batetatik informazio, albiste eta entretenimenduzko eduki eta gomendioak jasotzeko iturri bezala ikusten duten arren, bestetik spam eta “bonbardeo” iturri ere bilakatu daitekeela salatzen dute.

Azkenik, Nagusiak adin-taldeko parte-hartzaileen artean telebistaz gain irratia da erreferentziazko hedabidea, zalantzarik gabe. Ez denek, baina gehienek irratia erabiltzen dute bai konpainia modura eta informatzeko ere. Ostera etxeko umeentzat telebista askoz inportanteago dela deritzote.

AU 85 E: Berez radixua da konpletuau edo, behintzet. ha entzuten dozu ta. telebisinoaren aurrien ez bazaz. ez dozu ezer atrapetan.

AU 67 G: Eta programak be, neutzako, konparazino barik, Euskadi Irratiak eta dekoz programak e, bueno, oso interesantiek e? Oso. Bai bai, neuk be ez dot ezagutu be eitten telebisinoa asko e, telebisinoari begire ordu gitxi, bana.

Edozelan ere, Helduak 1 taldean bezala, irratiak eta telebistak funtzio, erabilera eta momentu ezberdinak dituztela argi azaltzen da:

LEZ 67 E: Ezbardinek direz. Eta segun ze orduten. Ze goizerako, beharrak eta gauzek. eske normalean etxeko beharrak eiten direz goizean e, bueno, arratsaldetan be eiten direz, baina normalean goize izeten da, ta radioak asko lagunduten deu. Ta klaro, telebisinorik. telebisinoa egon behar dozu, gure badozu, ba hori, geldi, ikusten. Ta radioagaz ba mobidu egiten zara. Hona, bestera, bestera.

Telebistara konektatutako beste gailuei dagokienez berriz LDTa, kontratatutako kable eta satellite bidezko zerbitzuen dekodifikatzaileak eta bideoa aipatzen dira, asko-askorik

erabiltzen ez dituztela iritzi duten arren. Internetik ez dute erabiltzen, oro har, etxekoren batek lagunduta ez bada.

Internet Bidez Telebista Ikustea: Telebista Sarean

Internet bidez edukiak eskuratzeko. Behin ordenagailura hurbilduta, joera handiagoa agertzen dute Internet bidezko aukera ezberdinak frogatzeko: telebista nahieran, streaming bidezko edukiak, filmak eta telesailak jaistea...

BI 47 E: (...) Ezkaraira joaten garenean, igual bertan sartzen deuz ez dakit zenbat, eta han ez dauelez kableko telebisionik, ba haregaz funtzionetan dogu. (...) Ze udeko programazinoa benetan, osea, izeten da.

BI 39 G B: nire emazteak bai jarraitzen dauz asko serieak. Eta batzutan gertatu jakuna da galdu dauela kapitulo bat eta orduan bai sartu garela Interneten eta ikusi dogu. baina hori, orain Televisión a la Carta edo ez dakit nola deitzen den, Televisión Española ta. daukatenak. Orduan hortik ikusi zuzenean. Osea ez jeitsi ordenadorean.

Helduak 2 adin-taldearen baitan ere ezberdintasunak daude haien artean: parte-hartzaile batzuek ohitura dute telesailak Internet bidez jarraitzeko, telebistako emanaldia galduz gero; beste batzuek aldiz apenas ikutzen duten Internet ikus-entzunezko edukiak jasotzeko. Edozelan ere haiek hainbeste ez, baina euren seme-alabek telebista Internet bidez, ordenagailutik ikusteko ("ez telebista", "telebista on-line"...) ohitura handia dutela sarri aipatzen dute:

SA 53 G: Nire etxean alabek ikusten dute telebista, ez telebista eh? Ordenagailuan. Bueno, ia ez dute ikusten telebistarik, orduan nik piztuta badaukat, hortik, baina ez dute piztutzen, aldatu dute pilo bat ohitura.

SA 57 G: Bai, nire semeak ere bai.

SA 56 E: Eske orain ikus daiteke telebista on-line. orduan.

Lotura handiagoa ageri da Internet eta egunkarien artean Internet eta telebistako edukien artean baino, baina behin eta berriro agertzen den ideia da etxeko gazteenen bidez Internetera hurbiltzea, youtube bidezko bideo laburrak eta ikusteko. Edozelan ere Internet bid

"Telebista Internet bidez" ikusteko aukera teknikoak adin-talde ezberdinen eguneroko jardura eta esperientziarekin alderatzea du helburu aldagai talde honek.

Kasu batean ezik (etxean ez baitu telebistarik), Internet bidez telebista ikustea bigarren aukera edo baliabide bezala hartzen dute elkarriketatutako gazteek, interesekoa den katea sintonizatzerik ez dagoenean, edo emitututako orduan ikusterik izan ez denean. Gizonezkoen artean joera handiagoa dago kirolak eta serieak ikusteko (bai streaming bidez eta bai ordenagailura jaitsita) eta emakumezkoen artean reality-ak jarraitzeko (kateen webguneen bidez adibidez) eta filmak jaisteko.

MU 25 G: Bai, batzutan, igual karreraren bat edo ziklismo edo badau ba, ez badau telebisionuan, etxean ez badau hori kanala, ba bai, Internetetik, baina ostantzian, ez, hori bakarrik.

MU 21 E B: Bueno igual Gran Hermano, como belurarte danez, ez bagara ailegetan gero Internetetik ikusten dogu.

DU 21 G: Simpsonenak pilo bat. Berrixek ikusi deskarga barik eta.

Oro har, argi eta garbi bereizten da telebista ikustea internet erabiltzetik, jarduera eta esperientzia ezberdinak bezala, eta oro har internet telebistaren lehiakide bezala somatzen da, Youtube batez ere musika entzuteko erabiltzen den arren:

AL 34 G: Nik uste dut interneten eraginez gero eta gutxiago ikusten dugula. Ez daukat daturik baina nik uste dut batez ere gazteen artean joera hori izango dela.

Helduak 1 taldean ez da aipatzen orokorrean internet bidez ikusten den telebistarik, baina internetetik filmeak jaisteko ohitura dute elkarriketatutako pertsona batzuek. Hala ere bereiztasun handiak daude partaideen artean: batzuk ordenagailura hurbildu ere ez dira egiten laneko kontuetarako ez bada, eta beste batzuek gaitasun eta zaletasun handia dute in ez telebistako edukiak ikustea salbuespena izaten da talde honentzat, eta norma berriz sofán eserita ikusten den telebistako emanaldia.

Nagusiak adin-taldearen baitan elkarriketatutako pertsonen artean ez da jaso telebista internet bidez ikustearen inguruko ekarpenik, egiten duten interneten erabilera oso apala baita.

5.1.13. ORDAINDUTAKO TELEBISTA: PAY PER VIEW

Telebista ikusteko modu hedatuena programazio “irekia” ikustea bada ere (dela telebista publikoa edo komertziala), “Telebista erosita/ordainduta” kode fokalizatuaren baitako galderen bidez telebista ikusteagatik ordaintzen diren kasuak miatu nahi izan dira, dela edukiak fisikoki erosita, edo plataforma ezberdinen (bideoklubak, harpidetutako kanalak, *pay per view* sistemak...) bidez ordaindutako sarbidearekin.

Gazteen adin-taldean anekdotikoa da erositako telebistari buruz jasotako informazioa. Bi kasutan filmeei buruzko erositako filmeei buruz hitzegiten da, kasu batean ahizpa txikiaren filmak (umeentzako pelikulak) eta bestean egunkariarekin batera datozen dvdak (gehi liburutegitik hartutakoak, eta internetetik jaitzakoak). Bestelakoan, ez da planteatzen ordaindutako telebistarik.

MU 20 E: Nik ahiztiegaz. (...) beran pelikulak eta beran rolloak, txikie da ta.

BI 29 E: Normalien DVDiek dekuzenak erositxe dire periodikuegaz datozenak da. hiru euro gehixau pageta dekozuzenak. Da gero horrek. Ostantzien piratak normalien. Liburutegixen be hartun izen doguz inoz eh?

Helduak 1 taldean ere umeentzako edukiak (dvdak) dira batez ere erosten diren telebistako eduki apurrak.

BE 40 E b: Ezebez.

BE 41 E: Umientzako.

BE 40 E: DVDak bai, umientzako. Guretzako ez.

BE 37 E: Nik orain hori bez. Lehen bai, txikitxukez.

BE 41 E: Horrek portatilik dauzenak, kotxien juteko.

BE 40 E b: Hori bai, bai. Baina pelikulek bajatu eittenzuz, baina erosi? Ya ezebez.

Harpidetutako kateei dagokienez *Euskaltel* eta *Canal Plus* aipatzen dira, baina ez konbentzimendu handiz, partidu edo filmeren bat noiz behinka ikusteko ez bada. Bideoklubak ere aipatzen dira, baina baita, noiz-behinkako jarduera bezala, gero eta marjinalagoa. Egunkariekin etorri ohi diren filmeetaz gain, norbere zaletasunez erosi eta bildutako eduki bezala dokumental sailak (National Geographic.) eta Marx anaien filmografia aipatzen dira. Hala ere, ordaindutako edukia kontsumitzerako orduan, parte-hartzaile batek astia falta aipatzen du arrazoi gisa, diruaren arazoa baino:

MUS 47 G: Ez, nigitik ez. Normalean eske ez dut ematen. nik emoteko ordu luze bat telebistaren aurrean izan behar da. igual dokumentalak, bai. Ta La dos ematen dituen dokumentalak. baina pelikulekin eta holan ez, eta. Ordun, ordaintzea. baina ez ordaintzeagatik eh? Interesgarria balitz ordainduko nuke, asuntoa ez da prezioa, da denbora eta denboraren jestinoa. Ez du merezi.

Helduak 2 adin taldekoek ere orokorrean ez dute erositako edo ordaindutako edukirik kontsumitzeko ohiturarik, baina badira inoiz egin izana gogoratzen dutenak:

SA 52 G: Behin edo behin serie bat, jo gainera ordun txikitan ikusi nuen, claro, udan, ba denbora daukazunez, hor Villasanan, igual gitarra jotzen ari naiz, rararara. eta igual telebista aurrean "hostia, ba serie. ematen du interesgarria dala", eta ikusi nuen bat, hori Afterlife, ez dakit inork ikusi duen, oso kurioa.

SA 57 G: Soprano edo holakoak.

Hala ere berehala jotzen dute internetetik deskargatutako edukia komentatzera, ez da bereizketa handirik egiten erositako eta debalde jaitzitako edukiaren artean. Ezin esan daiteke ezta ere kontratatutako zerbitzuei garrantzia handirik ematen diotenik.

Nagusien artean ere ez dago batere zaletasun edo ohiturarik elkarrizketatutako parte-hartzaile hauen artean telebistako edukiagatik ordaintzeko. Adinekoen egoitzan dauden parte-hartzaileen kasuan ohituta daude erositako filmeak ikusten, baina egoitzako langileek euren erosi eta aukeratutakoak izaten dira. Honen harira, kexu dira, asko zaharrak direlako.

BI 75 G: Egun batzuk egoten die, pelikule batzuk ondo.

BI 88 G b: Pelikulak diez zaharrak be eh?

MODERATZAILEA: Zeuek zeinek nahiago, zaharrak edo barriek?

BI 88 G b: Barrie hobeto.

5.2. ASTIAZKO KONTZEPTUAK

Astia eskura dagoen denbora librea da, artikulatzeko edo artikulatzeke dagoen esparru tenporala. Pertsonaren askatasun erlatiboaren (eta sumatuaren) esparru tenporala da, jarduerak bere nahi eta ahalerara artikulatzeko eremua⁵⁰⁴. Ardatz honetan lau aldagai multzo bildu dira, telebistaren eta denbora liberatuaren arteko harremanak esploratzen dituztenak.

5.2.1. NORBERAREN ASTIA: ASTIALDIA ETA TELEBISTA

“Norberaren astia(ldia)” kode fokalizatuaren pean bi elementu hartu dira. Batetik, norberaren esku dagoen astia denbora kantitatea da, bere gordinean, eta modu objektibo eta subjektiboan zenbatu eta kontatu daiteke: asko, gutxi, hiru ordu, lau ordu... Astialdiak aldiz, denbora honek eguneroko bizitzan hartzen duen forma adierazten du. Noiz ematen diren denbora tarte horiek (seiretatik aurrera, asteburuetan...), nolakoak diren, nola hartzen diren...

Egunean eta astean zehar duten astia pertsonalari buruz galdetuta “asko” eta “lar” bezalako hitzak sarri agertzen dira:

MU 20 E: Bai, lar! (BARRE) Ba urte osoan gabiz ikasten eta ez dou ezer eiten, orduan ba. dana libre.

MU 25 G: Bai, ondo. Ez naz kejetan, vamos. (...)goizetan klasera eta arrastien ba ez badekot entrenamendurik umeez edo, ba gero arrasti guztie libre.

Telebista modu espontaneoan agertzen da astialdiari buruz galdetzerakoan, baina sarri azken aukera bezala. Astiari benetako zentzu positiboa emateko kalea ageri da batez ere (etxea eta telebista azken aukera bezala azaltzen dira). Hala ere aipagarria da haien astialdiaren gehiena lonjan sartuta igarotzen dutela eta dauden denbora guztian telebista piztuta egoten dela (bai mutilek eta bai neskek, bi lonjen kasuan). Beste kontu bat da zenbaterainoko kasua egiten zaion telebistari, noski:

DU 24 G D: Nik bai, ez dotena eitten da hori, denbora libre dekatena al bada telebistan pasau, hori ez, o sea, al bada deitzentzat baten bati, edo kafe bat hartu edo. O sea da, hori da el último recurso niretzat, da en plan qué rayada, ez dago inor inor eta bueno, seietan urtego naz, bueno seirak urte ongo naiz telebista ikusten, baina.

DU 24 G B: Ni askotan etxian ez egotearren telebisinu ikusten ba gelditu naiz bajatzen naz Herrikorarte kafe bat hartzen liburu bategaz (BARRE) jo es que es ezin neike. eske etxien ez.

⁵⁰⁴ Ikus 1. Kapituluaren “Telebistarekin lotutako aisiarako hurbilketa integrala: Astia-Aldia-Aisia eredua.” atala.

Kasu batetan, non aisiazko lehentasun argiak dauden (kirola, lagunekin egotea, dantza...) argi agertzen da egunerokoaren kontakizunean telebistak oro har eskura dagoen astiarekiko duen lehentasun txikia, eta telebista ez da agertu ere egiten edo agertzen denean azken errekurtsoa da, beste aukera batzuk izanda planteatu ere egiten ez dena:

BI 29 E: (...) Astien birritxen edo hiruten beti bere lagunekaz urtetako zeuzer hartzen edo. beti eh? Da, ostantzien ba dantza talde baten nau. herriko euskera alkartien nau, da orduen. bueno, hori be bai nitzako denporie da. Da. normalien atsaldiek bai emoten dotez neutzako.

Helduak 1 taldean berriz oporraldi eta lanaldiak eta urtaroak (neguak eta udak) eta umeek norbere eskura dagoen astia gogor baldintzatzen dutela aipatzen da. Hala, neguan askoz urriagoa da eskura dagoen astia, eta umeak ohera joan arte (interesgarria da kasu batean umeak telebistako lehiaketa bat amaitzeaz bat sartzen direla ohera) ez da astialdia hasten ume gazteak dituztenen kasuan, gehienetan momentu hori telebista ikustearekin lotuz:

BE 40 E b: Negun ezebez, nik. Hamarretan, hamar t'erdixetararte nau ni, edo erropak eskeitzen, edo gauzek eitxen edo hurrengoko eguneko jateku eitxen. Eta udien pentsa, goizeko seirek eta pikuen altzaten gariela, etxeko txirrinduen apurtxu bet kirole eitxeko, umiek lo dauzen artien eitxeko. ezebez! Egixe da orain nirie helduaguen diezela eta euren kabuz dauzela olgetan, baie ni etxien nau gauzek eitxen! Umiek ondino eskure euki biozuz.

BE 41 E: Neguan bederatzixetan duez. La ruleta de la fortuna akabetan danien. (...) Badakixie jun in bi diezela ohire, eta bederatzit t'erdixek arte edo dauz han, petardadie emoten. eta bai, hamabixetararte.

Telebista ikusteko tarte bat izatea norbere astialdiarekin lotuta agertzen da, ia-ia sinonimo bihurtzeraino, batez ere emakumezkoen kasuan:

BE 40 E: Gauien bai. Da horrek orduen gauekoak, esan douzenak danok dakuzela gitxi gora behera negu ta udien. denbora libre hori edo da telebisino biztute eukitzeko.

BE 41 E: Emoten dau sensazinoa nauenien ikusten nauela neure denpora librea gozatzen.

BE 37 E: Bai.

Ume txikiak dituztenen kasuan hauek oheratzearekin lotzen da astialdia, eta hortaz, noreberarentzako asti gehiago izateko aukera bakarra lo gutxiago egitearekin lotuta dator. Astia eskasa denean, igarotze denborak (etxetik lanera eta lanetik etxera joateko igaraldiak) ere aisialdi bezala hartzeko aukera zabaltzen da. Hein horretan, ume txikiak dituztenen helduen artean ohikoa da lana eta umeek eskatzen duten arretaren artean astia gutxi izatea, baina aldi berean dagoenari “zuku gehiago” ateratzen asmatu izanaren sentsazioa.

BI 39 G: Baina ikasturtean zehar, zenbatzen badogu etxetik lanera joateko bidaia, niretzat hori dala aisialdia ze normalean aprobetxatzen dot edo irakurtzeko edo zeozer egiteko, autobusean edo metroz. Eta bueltatzerakoan bardin. (...) Eta gero

azkenean umeak joaten direnetik ohera gitxi gora behera ya gauzak batuta, ba hamarretatik hamabietararte edo. Beste ordu bat. hiru ordu inguru.

Hala ere, astia eskasa denean, eta behin umeak oheratuta eta eguneko betebeharrak eginda datorrenean, aitortzen da baita errazagoa izan ohi dela telebistaren aurrean jartzea, berez interesgarriagotzat diren beste aukerei (irakurtzea adibidez) ekitea baino:

Helduak 2 taldeko partaideek esplizituki adierazten dute aisialdia eta astialdia bereizteko zailtasuna, denbora librea, denbora okupatua, betebeharrak eta zaletasunak egunerokotasunean nahasirik agertu ohi baitira. Hala ere, duten astia kuantitatiboki ugaria dela uste dute, eta gehiago kezkatzen dira haren izaeraz. Edozelan ere ordutegi malgua izatea, norberak antolatzeke, abantaila handi bezala ikusten dute.

SA 53 G: Baina es que, hori zaila da bereizten, ocioa zer dan eh?

SA 52 G: Ez, denbora libre da gauza bat eta beste gauza bat da ocio, zuk nahi duzuna egiteko denboraldia.

Oro har, denbora gehiago daukaten salbuespenak dauden arren, sei-sei ´erdietatik aurrera hasten da adin-talde honentzat norberarentzako astialdia etxetik kanpo lanean dabilzanentzat (etxeko lanek eta etxekoen zaintzak ahalbidetzen duenean). Hiru bat ordu “libre” izan ohi dituztela aipatzen dute, baita gehiago ere.

LE 52 E: (...) amamagaz ba Teleberri ikusi, gero bera lotara doianian, ba bueno, ba edo igual nago trankil-trankil, edo josten badaukat zeozer, edo normalian, edo irakurri edo periodikua ondo irakurri, zeozer programaren bat badago engantxata nagona ikusi, eta, denpora libriea hortxen daukat, osea.

Etxeko langileak direnen kasuan ere, goiza oro har beharrak egiteko tartea izaten da, eta astialdia, egotekotan, arratsalde bueltan hasten da gehien bat. Noski, dauden ordu libreak berehala “okupatzen” dira aisiazko jarduera ezberdinekin: pizina, margolaritza, musika.... Astia gehiago denean, eta berau norbere ahalera antolatzeke aukera dagoenean, aisiazko jarduera gehiago agertzen dira adin talde honetan. Erretiratutako gizon baten emazteak dioen bezala, “antolatuta, berentzako baina antolatuta”:

LE 59 G: Ordu gitxien libre dekona bera da atzarian.

LE 54 E: Bai, bai, dana dakoz okupata, dana dakoz okupata.

LE 57 G: (Barre artean) Bai, bai, nik danak daukodaz okupata!

Bukatzeko, Nagusiak adin-taldekide ugariren ustetan “denbora asko” daukate haien esku, “teorixen... dana”. Beste kontu bat da egunerokotasunean nola gauzatzen den asti hori, praktikan nolakoa den astialdia – betebeharrak edonon eta edonoiz aurkitzen baitira- baina printzipioz, eskura daukaten denbora ugaria dela aitortzen dute. “Jubilauek deukez nahi daben beste ordu libre”:

AU 67 G: Teorixen. dana, munduko ordu danak oin, teoriz! Teoriz e?

AU 85 E: Neuk bebai, neuk bebai baina.

AU 85 E: Bainakaz. (barre)

AU 67 G: Bai ba. Garen modukuk garelako. danin topetan dogu bihera! Obligazinuek geure buruari ipinten dotzaguz! Baina, teoriz.

Etxeko lanak batez ere emakumezkoek egiten dituztela aitortzen dute, eta hartara emakumeen goiza lotuago egoten da gizonezkoena baino, “etxeko obligazinuek” goizetan egiteko ohitura handiagoa dagoelako.

AU 67 G: Andrazkuk diferente dala pentzetan dot nik eh? Esate baterako, gurin behintzet ba andriek biher balixokuk eitten deuz asko! Umiek zainddu ta hau ta bestie ta. Nik e. ni falta izen arren igerri bez!

AU 71 G: Etxien andrazkuk. beti zeozer. Oin. gizonezkua beti. libre gehixa, gure kapritxuek edo eitten badittue, zeuzer badekozu, baina ostantzien eh ez ha derrigorreku.

Nagusien egoitzan elkarriketatutako pertsonentzat norbere astialdiaren kontzeptua ezberdina da, astia bete beharreko, “emon” beharreko zerbait bihurtzen baita sarri. Telebista, zentzu horretan, aliatu nagusia bilakatzen da. Astiaren izaera bera, hortaz, ezberdina da: norberak nahi duena egiteko tartea baino, igaro, pasa edo “emon” beharreko denbora bihurtzen baita gehiago:

BI 88 G b: Ba eskerrak telebisinuari. Denborie emoteko aukerakue.

5.2.2. TELEBISTAREN GARRANTZIA NORBERE ASTIALDIAN

“Astia eta telebista” kode fokalizatuarekin telebistak egunerokotasunean, eta batez ere eguneroko astian hartzen duen lekua eta pisu subjektiboa esploratu dira. Zein harreman dagoen alegia, telebistaren eta norbere astiaren eta astialdiaren artean.

Gazteak adin-taldean telebistak astiarekiko bi posizio hartzen ditu nagusiki: lehenengoa atsedean faltarekin eta norberarentzako nahikoa astirik ez izatearekin, nekearekin eta jota (“hecho polvo”) egotearekin lotzen da batez ere. Hala, telebista deskonektatzea besterik bilatzen ez den une horiekin identifikatzen da:

DU 24 G A: Azkenien ez dekozu denborarik, aisialdi denborarik, zauzelako egun guztia edo lanien edo ikasten edo., heltzen zarenien bardin jatzu ya zer dauen, o sea, gure dozu lasai egon, ikusi telebista dauena.(...) ez dekozu gogorik pentzetako edo hasteko koletan bialdu dotzuen informazinoa, ya bardin jatzu zer esaten dabien, zaoz.

DU 24 G B: Ya, azken batien denbora gutxi eukittie sinonimo da eukin dozune izen dala oso ajetreaua edo holan ta zauzela hecho polvo, o sea eta orduen, hecho polvo bazaoz, ba, puff., etxie.

Bigarrenik, telebistak betelana egiten du, hutsik sumatzen den espazioa (lonjak, oso modu argian) eta denbora (arratsaldea) betetzeko funtzioa betez. Hartara, nola erabili ondo jakiten ez den asti edo denbora libre hori “pasatzeko” eta “ez aspertuteko” gailu eta ohitura bihurtzen da, baita ohituraren poderioz aztura automatiko ere, batzuetan elkarriketa bera ere oztopatzera hel daitekeena:

MU 25 G: Bai, holan, ez aspertuteko. Bai.

MU 20 E: Ya kostunbrea bere bai, ailegau ta biztu, ta.

MU 21 E: Guk hasikeran ez genuen eukiten eta berba gehiau iten gendun lehen oin baino.

Beste kasu batzuetan erabat hondarrekotzat jotzen da telebistari eskaintzen zaion astia, hau da, soberako astia besterik ez zaio eskaintzen. Denbora “kentzekotan”, telebistak oro har ikasteko eta lo egiteko denbora kentzen du, elkarriketatutako gazteen ustez. Gauetako programazioa insomnia duen jendearentzako onuragarri edo interesgarri suerta daitekeela ere aipatzen da.

Telebista ikusteak batzuetan beste gauza batzuk egiteko denbora “kentzen” du Helduak 1 taldean: batez ere lo egiteko denbora. Hurrengo egunean damutu arren, sarri zaila izaten da gustukoa den zerbait ikusten ari direnean telebista itzaltzea. Honen aurrean telesailak grabatzeko aukera aipatzen da (nahiz eta sarri gero grabatutakoa ikusteko astirik aurkitzen ez den), eta baita edukiak internetetik jaistearena ere. Praktikan, hala ere, ohikoa da telebista ikusten gelditu izanagatik beranduegi oheratzea,

BE 41 E: Lo eitxeko denporie batzutan bai.

BE 40 E: Guri bai.

BE 37 G: Bai, ze batzuten behartute eitten dozu amatau. Osea. apurtxu bat gehixau ikusi nahi dozu, baina bixerko pentsamenduegaz ya. amatau eittenzu.

BE 41 E: Bai, zegaittik egon nai hainbeste, bai. Neuk bebai.

BE 40 E b: Eta gaur goizau joan nahi da. ez! Zuez ordu bardinen da.

Telebistak astiarekiko hartzen duen lekua deskribatzerako orduan gehiago jarduten da denbora honen izaeraz, kantitateaz baino. Hala, erlaxatzeko eta atsedean hartzeko une bezala agertzen da berriro, behin eguneko bete-beharrak amaituta, baita zuzenean loak hartzeko aitzakia bezala ere (“sehaska kanta”), eguneko gertaerez informatzeko aukeraz gain, baina batez ere entretenimendu hutsa bezala hartuta:

BI 47 E: Normalean bai. Niretzat izaten da relaxeko momentu bat, osea amaituten dozuz etxeko gauzek, edo hartuten dozu tarte bat deskantzetako edo holan eta. telebisinoa ipintea niretzat automatikoa izaten da ganera eh? Biztuten dot eta ya trankildu egiten naz. batzuten zuk esan dozune ldatze, lo!

BI 43 E: Lo geratzen naz sarri. Bost minututan txau! Lo! Eta batzutan eitxen dot, eguerdixetan oin, jornada intensibagaz ba, jan ta etzundu apur bet sofán teleagaz ze horrek lagunduten dozt, pum! Ta (barre).

Kasu batean telebistak astiarekin duen harremana egongelarekin lotzen da zuzenean. Ikusi ez arren piztuta egoten da eguna amaitzean, eta astiaren zati minimo bat hartzen dion arren, bikotekidearekin batera erlaxatzeko momentuarekin lotzen ditu egongela, eta hartara telebista. Beste kasu batean telebistari denbora zerk kentzen dion, eskaintzen zaion astia zerekin lehiatzen duen ere planteatzen da: etxetik kanpoko ihardueretatik hasi (eguraldiaren menpe), eta baita telebistaren inguruko beste teknologiekin jarraituz, internet eta eskuko telefonoek batez ere:

LA 40 G: (...) nire ustez internetek asko kendu dio, eta interneten bidez dabilzan gailu berri guztiek areago, ez? Hau da, nire kasuan pantaila handia izan badaiteke, belaunaldi berrietan telefonoarekiko daukaten harremana handiagoa da oraindik, itzela, itzela izateraino.

Helduak 2 taldeko parte-hartzaileek aldiz astia gehiago dagoenean, denbora libre gehiago dagoenean, telebista gehiago ikusteko ohitura aipatzen dute, asteburuetan adibidez. Intereseko eduki batzuk, filmak adibidez, sarri ez dira ikusten beraduegi hasten direlako, eta hurrengo egunean goiz esnatu behar izatearekin bateraezinak gertatzen direlako. Grabatzea aukera bat da, batzuek erabiltzen dutena, baina beste batzuek ez dute inoiz grabatutakoa ikusteko astirik (edo momenturik) aurkitzen. Beste batzuek, naiz eta berandu hasi, interesekoa badute, ikusi egiten dute:

LE 52 E: Nik normalian ikusten dot eh? Osea. hasten banaz ikusten, ez jat inporta, hombre, ez naz pertsona bat lo askorik eitten dotenik, orduan engantxatzen banaz, ikusten dot, eta gehixau, ganera, bakarrik nagonean, o sea.

LE 53 E: Ni hasten banaz pelikula bat ikusten normalean amaittu eitten dot. (...) Bai, bai. Naiz tta pestañak jausitta ta.

Telebistari daukaten astiaren zati handia eskaintzen ote dioten geldituta ezetz diote orokorrean. Hala ere, onartzen dute konturatu gabe, ezer ikusi orduko ("bi Teleberri ikusten badituzu") denbora asko hartzen duela. Gehiegi, batzuren ustez:

SA 52 G: Nik uste dut, gutxi izanik, nire ustez ez dela asko, gehiegi iruditzen zaidala. Batzuetan, kaguen sos joan behar nuen hona, igual, kaguen sos, ba zelan, igual geratu zara, batzuetan, igande batean (...)hasten da pelikula bat, arratsaldeko pelikula, y es una chorrada, igande arratsaldeko pelikula gehienetan chorrada bat izaten da, baina geratzen zara hor como un pavo (...) eta orduan ematen dizu pena horretan denbora-pasa izanak.

Azkenik, Nagusiak taldearen baitan elkarriketatutako pertsonen artean alde nabarmenak aurkitu dira, telebistari eskaintzen dioten astiarekiko. Oro har arratsalde osoan zehar telebista piztuta oso ohikoa da talde honetan, batez ere emakumezkoen kasuan. Kasu batean, etxean egonez gero eguerdi aldera hiru ordu, eta gabaz beste lau ikusi ohi dituela aipatzen du; kide batek erdi txantxetan dioten bezala "jornala". Beste kasu batzuetan denbora

gutxiago egoten da piztuta aparailua, eta etxeko joan-etorrien arabera piztu edo amatatzen da, “atzera ta aurrera”, “kendu, ipini...” irratia eta telebistaren artean igaroz:

AU 75 E: (...) nik ipintten dot telebisinoie ta hamar t'erdixek arte eukitten dot radixue. Ta jakitten badot batenbatek debatie dekola euskal telebistan, haxe ipinten dot, radixoa kendu ta haxe ipintten dot. Baina gero, Saber Vivir eukitten dot, Eta Saber Vivir-egaz egoten naz ba biher guztixek ein artien. Baina ez jarritte. Atzera ta aurrera. Beti nabilela.

Telebistak laguntasuna ematen duenez ohikoa izaten da behin betebeharrak eginda eta etxean egonez gero denbora asko eskaintzea, batez ere bakarrik bizi diren pertsonen artean

LEZ 67 E: Libre dekotenean, arrasti guzti igual. Bueno, arrastien igual kendu, imini, baina ez halan segiduen igual ez, baina bueno, badinotzut, niretzat telebisino hori, laguntasune da. Igual, ba ez dakit, triste edo. piztuten dot telebisino eta esan leike batenbat dauela etxen edo, halako.

Filmak interesgarri iritzi arren, sarri gauetakoak ez dira osorik ikusten, beranduegi ematen dituztela uste baita. Eguerdietan telebistak “telesiesta” edo telebistaren aurreko lo-kuluxka egiteko aukera ematen du, eta gabaz ohera joateko ordua ere marka dezake edukiaren arabera:

AU 77 G: Nik neuk desde luego Telediariora amaitzen danin gabin. minutto bat ikusten badot horrek diskusinuek horrek ipintten badeuz andrik, bueno, nahiku ikusi dot ta banue ogera! Ta holan juten naz goizau, haxe ez ikustiagattik (barre). Ostantzean hamaikak hamaika t'erdixek arte gustoko gauza bat egon bada, deportiaz, ba.

AU 71 G: Ni egunaro hamabixek ingururarte ni beti.

AU 77 G: Hamarrak eta pasautxuan juan naz ogera, haxe ez ikustiagattik.

AU 85 E: Bai, guk gabien be partie amaittu ondokun gero hamar t'erdixetan zer hori, eh, 24 horas eukitten dogu te.

5.2.3. TELEBISTA IKUSTEAREN DENBORA: TELEBISTALDIA

“Telebistaren denbora” aldagai multzoaren baitan telebista ikustearen denboren kalitate subjektiboa jaso nahi izan da, honen aldizko koordinatuak baino gehiago. Hala, telebista ikusten jartzeko motibazioak zein denbora horren esperientzia eta balorazioak alderatu ahal izan dira adin-taldearen artean. Finean, *telebistaldiak* baloratzeko eskatu diegu.

Telebista aise ikusten dela, ahaleginik gabe burutzen den jarduera dela behin baino gehiagotan ageri da gazteen adin taldean. “Alperrik botatako denbora” eta “denporia galdutea” bezalakoak azaltzen dira, telebista ikustearen denbora deskribatzerako orduan. Ez beti, hala ere, gustuko zeozer ikustea ez baita denbora galtze bezala bizi. Hala ere asperdurari edo hutsuneari aurre egiteko aukera bezala hartzen da batez ere telebista ikustea:

MU 21 E: Alperrik botatako denbora. (...) Bueno dana. dana berez. Baia joe.

MU 21 E B: Teleberri nik ez dot pentsaten dala denporia galdutea, baina Gran Hermano ikustea bai.

MU 20 E: Akabuen telebisinoa ikusten dozu ba aburridute zauz, ez dakizu zer ein, ba hori, no sé. edo arrasti baten zoaz lonjara eta en vez de denpora ona aprobetxeu, telebisinue ikusten.

MU 20 E: Kostunbrea da.

MU 21 E: Ez dau beste zereginik berez.

Sarri telebistaren denbora osotasun handiago baten parte bezala somatzen da: hala telebista ikustea "lonjan egotearen" denboraren parte da elkarriketatutako lonjadun gazteen artean | ez da bata bestea gabe ulertzen:

MU 21 E: Baina ez da telebisinue ikusten. Da lonjan egotea eta telebisinoa horren parte da, ez gara lotzen telebisinoagatik, apur bet danagatik.

Telebista gutxien ikusten duten gazteen artean ere, aitortu egiten da inoiz orduak igaro izana telebista aurrean, denboraren joanaz konturatu gabe. Zentzu horretan, telebistak denbora galdu arazteko arriskua izan dezake, zeren eta ("ez dotzu ardure zer zauzen ikusten"):

BI 29 E: . sarritxen eitxen dire "horas muertas", holan egonda. Nik holangoik ez dot eitxen, ta ikusten badot nauela ordu bi baino gehixau telebisinoan aurrien beti dinot, eske, zetan nabil hamen, ein baneike beste gauze bat edo.

Helduak 1 adin-taldean denbora-pasa bezala hartzen da oro har telebista ikustearen denbora, baina unearen eta edukiaren arabera gauza ezberdinak eskaintzen dituela aipatzen da baita ere. Gustoko zerbait dagoenean ("zeuzer dauenien") gozatu egiten da telebistarekin, ezer berezirik ikusi nahi ez denean entretenimendu eta laguntasuna eskaini dezake...

BE 41 E: Denporapasa!

BE 37 E: Bai, denporapasa. Niretzako ez da denporie galtzie.

BE 40 E b: Ez.

BE 37 G: Nik kirola gozau eitten dot.

BE 41 E: Zeuzer dauenien ganera disfruta eitxenzu. Zeuzer gustukue dauenien.

BE 40 E: Baie entretenimendu moduen bebai.

BE 40 E b, BE 41 E: Bai.

BE 40 E: Da beste momentu batzuten dinozune, denpora pasetako bebai. Hori, ba laguntzino moduen edo, bakarrik ez egoteko.

Edukiak garrantzia handia du, telebistaren denbora definitzerako orduan: eduki batzuek (dokumentalek adibidez) merezi dutela aipatzen da, beste batzuk ikustea aldiz denbora galtzea izan daiteke. Telebista zenbat eta gutxiago ikusteko ohitura izan, orduan eta garrantzia handiagoa hartzen du edukiak:

BI 39 G: Segun. Segun eh. batzutan, adibidez, niri dokumental bat ikustea aisia da baina (...) beste batzutan da denbora-pasa, edo denbora galdu. Ez dakit, oso filme edo oso eduki txarra baldin bada denbora galdu...

MUS 47 G: . bai, normalean bai, denbora-pasa. ta. baina edukien arabera eh? Ez dakit. (...) ba gustokoa duzun gauza bat, orduan ba ya ez da denbora-pasa baizik eta ya.

Kasu batetan telebista ikustearen denbora pasibotzat hartzen du parte-hartzaile batek, baina saio batzuek ikus-entzuleek parte hartzeko duten aukera ere azpimarratzen da aldi berean. Parte-hartze honek, ikuslearen jarrera aktiboago bat ahalbidetzeaz gainera, saioaren arrakasta bultzatzen dutela aipatzen da. Zentzu horretan telebistaren ondoko zenbait teknologiek (twitter eta facebook adibidez) telebista ikustearen izaera pasiboa zalantzan jarri eta arrakasta bide berri bat eskaintzen diotela aipatzen du elkarrizketatu berak:

LA 40 G: (...) ikuslearen partetik, hartzailearen partetik pasibotasun hori, ez? Baina ikusi da ere bai jendeak eduki duenean aukera parte izateko, areagotu egiten dela telebistarekiko grina, eta hor daude, programa arrakastatsuenen giltza ez da soilik morboa edo beste, jendeak ere interaktuatu dezakeenean, arrakastak igo egiten du, ez? (...) gaur egun interaktibitate hori, adibidez, telebista eta sare sozialen arteko erabilera horretan ba ikusten da, ez?

Helduak 2 adin-taldeko partaideentzat ere batez ere denbora-pasa da telebista ikustea, baina berriz ere azaltzen da edukiak telebista ikusten ematen den denboraren izaera baldintzatzen duenaren ideia: denbora-pasa da batez ere telebista, baina gustoko zerbait denean, edo interes bereziz jarraitzen den saio bat dagoenean, gauzak aldatu egiten dira. Horrenbeste ezen, kasu batzuetan hurrengo saioa noiz emango duten itxaroten egoten diren batzuk, kapitulu bat amaitzeaz batera. Kasu hauetan jada ez da denbora-pasa soil bezala ikusten, beste zentzu bat hartzen du telebista ikustek.

LE 55 G: Hori bai, azken batena aukeratzen dozuna, aukeratzen badozu gauza bat ba ezberdina da.

LE 54 E: Klaro, hasten zara denbora-pasa modura, eta igual izan leike, ene, ba bai ederto dagona! Da orduan engantxaten dotzu.

LE 57 G: Baina gitxitxan eh?

LE 53 E: Baina egon dira serie batzuk ni itxoten egon nazena. Downtown Abbey eta Enriquena, Ingalaterrako erregearena eta, itxoten hurrengoko asteari.

LE 54 E: Bai niri ere pasa jat batzuketan eh? Serie batzuketan, hori itxoten, edo goizean esatea “zelako ondo arin preparako naz eta gauzak arin amaituko dodaz eta hasten denian han egongo naz”.

Orokorrean, hala ere, esan bezala telebista ikustea helburu jakinik gabe zapping egitearekin lotzen da, telebista aurrean jartzearekin, “ia zer dauen” ikusteko, aurretik ikusiko dena aukeratu edo ondo jakin gabe, gehiago atsedean hartzeko, deskonektatzeko eta burua beste nonbait jartzeko “deskantso bat”. Salbuespenak daude, zenbait elkarrizketatuk beren-beregi telebistan zerbait ikusteko pizten baitute telebista, baina oro har lo hartzearekin edo lo hartu aurreko uneekin ere lotzen da telebistako denbora, dela bazkalostean lo-kuluxka bat egiteko, edo oheratu aurretik. Eginbeharrak bete ostean atsedean hartzeko tartea da telebista ikusteko denbora:

MU 51 E: Telebistako denbora da erlajazio denbora, orduan ez da galtzea denbora, da erlajatzen zaren bitartean hori dekozula aurrean. (...) Ez da beste zerbait egin behar duzun denbora, ba deskansoan duzun denbora.

MU 55 E: Bai, ze gura badozu amataten dozu eta zure gauzetan, baina ez, zauz deskantzaten eta ikusten.

MU 51 E: Ya dana batu duzu, dana in dozu, eta esaten dozu "bueno, orain bost minutu eseri", eta orduan pizten dozu, baina ez beste baten zor gelditzen zarelako, baizik eta momentu bat.

MU 56 E: Akabaten dozuz gauzek jesarri ta "ba, oain pelikula gura dot ikusi" (.) Bai, hori bai gustaten dazt, como bah, relax.

Interesgarria da nagusien adin-taldean telebista ikustea ez dela denbora galtze bezala hartzen, ezta telebistarekiko kritikoen direnaren artean ere ("ikusten dauenak zeozergaittik ikusiko dau"), Entretenimendutzat hartzen da denbora-pasa baino gehiago ("nik neuk ondo pasau"), eta gainera eduki batzuk, albistegiak adibidez, funtsezkotzat hartzen dira munduaren berri izateko:

AU 74 E: No, galtze no. Entretenimendu, neutzako bai.

AU 85 E: Partie ta horrek ez die denbora galtzie! Horrek jakin ein biher dittugu, gauzek jakittekot!

Talde honetan ere bereiztu egiten da intereseko zerbait ikusten denean ("konzentrata") eta beste gabe telebista denbora-pasatzeko aukera bat denaren artean. Gehienetan, denbora-pasa izaten da ("konkursoekaz bai, distraiduten naz asko", eta eduki zehatzak dira (telesailak, aintzinako filmak) bene-benetako interesa pizten dutenak:

LEZ 67 E: Pasetako modu bet. Niretzat bai, hori da denbora-pasa. Ez dakit, igual dauz e, pelikula bat gustaten dazte inportante eta ez da denbora pasetako, nau konzentrata ta bueno. momentu ona pasetan, eztakizu? Nik pentsetan dot, lehengo pelikulek, ez dakit zergatik, igual ba nire edadeagatik, eztakizu? Baina pentsetan dot hobeauak direzela oingoak baino. Nire ustez e?

5.2.4. TELEBISTA ETA OPORRAK: JAI EGUNAK ETA LAN EGUNAK

“Oporrak/lana” kode fokalizatuaren azpian telebistarekiko harremanak oporraldian eta lanaldian eta jaiegunetan eta lanegunetan nola aldatzen diren aztertu da, baita urtaroei telebista ikustearen edo ez ikustearekin duten harremana ere (zein, zeharka bada ere, eguraldiarekin lotuta azaldu den behin eta berriro).

Elkarriketatutako gazteek udan kaleran denbora gehiago eta etxean gutxiago egiten dutela aipatzen dute, eguraldia eta oporrek dakarten astia gehiagoren ondorioz, eta hartara telebista ikusteari eskaintzen dioten denbora nabarmen jaisten dela. Denbora (“egune”) aprobetxatzea kalera irtetearekin lotzen da udan, neguan ez dauden aukerak zabaltzen baititu eguraldi onak.

DU 24 G A: Ze ni udan behintzet goizean saiaten naz oso arin urteten, aprobetxateko eguraldia eta egune, eta gabaz ya beti gelditzen zea zeozer hartzen, edo buelta bat emoten. Orduen. ez da neguen etxien pasaten dozun denboran iguala. Azkenien neguen, eurixe dala eta, askotan pasetan dozu asteburu guztia etxien edo gabaz ez zara urteten klasia dekozulako hurrengo egunien, eta holako gauzek.

MU 20 E: Etxean be ez zaoz asko, hainbeste.

MU 21 E b : Denbora gehiau kaleran.

MU 21 E: Kaleran zaoz gehiau.

Negua “etxean”, edo “barruan” gelditzearekin lotzen da, eta uda berriz “kalera” edo “kanpora irtetearekin. Uda eta neguaren artean aukeratzeko eskatuta, zalantzarik gabe egiten dute udako ereduaren alde. Udan aukera gehiago dago kalera irteteko, eta hortaz telebista gutxiago ikusten da. Bestela esanda, telebista, oro har, egiteko beste ezer ez dagoenean dagoen aukera bezala hartzen dute gazteek.

Asteburuetan ere telebista gutxiago ikusten dutela diote gazteek, eta printzipioz behintzat zenbat eta asti eta aisirako aukera gehiago izan (oporraldian eta jai-egunetan) telebista ikusteko joera txikiagoa aipatzen dute. Eguraldiarekin ere zuzenean lotzen da ikusten den telebista kantitatea: Hotza eta euriarekin telebista gehiago ikusten da denbora gehiago ematen delako etxean, eta uda helduekin batera telebistari eskaintako denbora berriro jaisten da, etxetik irteten delako, berriro ere denbora “aprobetxatzeko” ideiarekin lotuz, kirola egiteko, hondartzara joateko.

BI 29 E: Uden, ganera ni kostakoa naz, hondartzie bertan dekot, da ahal dotan danatan aprobetxau eitxen dot edo. bai, beti nau kalien uden. Orduen ez dekot astirik berez ikusteko. Da. aprobetxa zeinke kirola eitxeko. beste mile aukera dekozuz.

Telebista, hartara, baliabide bat da etxean gelditzekotan; oporrek eta urtaroei beste aukera batzuk zabaltzean, garrantzia erlatiboa galtzen duen aisiazko baliabidea. Gazte batek laburtzen duen bezala, finean “Telebisinoa beti dau hor”.

Helduak 1 adin-taldean oporrak batez ere etxetik kanpo egotearekin lotzen dira, eta hartara telebista gutxiago ikustearekin.

BE 40 E: Ze gehixau gauz etxien da udien gehixau gauz kalien.

ASKOK BATERA: Bai, bai.

Udan ere ikusi egiten da telebista, afalostean batez ere, baina gutxiago, eta mahai-jokoak eta abarrekoak ere aipatzen dira, gehiago oporraldiko jarduera bezala. Kasu batean opor garaia udarekin eta kanpoan egotearekin lotzen da, baita telebistarik ez dagoen lekuetara joatearekin ere. Asteburuetan, ordea, telebista piska bat gehiago ikusteko aukera egoten da, aste barruko ohera-sartu aurreko telebista tarte baina gehixeago. Edozelan ere, umeen zaintzak baldintzatzen du gehienbat astialdia, eta baita telebistari eskaini ahal zaion tarte ere:

BI 39 G: Nik ikusten dot igual udan, gitxiago ikusten dogula, azkenean kalean gehiago egoten garelako. Baina bueno. Edo, ez dakit, batzutan joaten gara leku batzuetara zuzenean ez dagoena telerik. Osea. kanping batera edo. ez dago telerik ta ezin dozu ikusi. Ta hori guztia zenbatuta ba igual udan gitxiago ikusten dogu.

Oporrak ez ezik asteburuak ere aipagarriak dira Helduak 2 adin-taldearentzat, zeharo aldatzen baitira ohiturak, erritmoak eta ordutegiak. Asteburuetan lo gehiago egiteko aukera dago, erosketak eta etxeko lanak egiteko aukera... Printzipioz astia dago asteburuetan, baina berau berehala okupatzen da, dela etxeko lanak egiteko, erosketak egiteko, seme-alabak partidura eramateko edo familia bazkariak antolatzeke. Asteburua sarri astean zehar egin ezin izan direnak egiteko tarte da, dela betebeharrak edo kalera irten ahal izatea. Horrenbeste, ezen parte-hartzaile batzuek asteburuetan praktikan sofán eseri ere egiten ez direla adierazten duten.

AU 77 G: Baina erosketak, jatekua, goizez eitten dozuz. Nik en kanbio aste bittarttian arratsalde. Gero arratsaldian, ba bueno, telebisinua jarri eta igual siestatxu botaten dozu, pasiateko denpora gehixau dekozu, txikito bi hartzeko bebai.

LE 52 E: Hori be bai, bai, hombre klaro baietz, ez dozuzenak eitten astean zihar, porque claro, es dozu hartzen ez ardaurik ez ezebez, ba hartzen dozu, erosketak eitten dozuz, edo buelta bat eitten dozu, gero lagunakin geratzen zara, baina ya etxian ba eitten dozu. Nik neuk, ni asteburuan praktikamente ez naz jesarten sofán.

LE 57 G: Hombre, gu astelehenentik barikura etxeko bizixe eitten dogu. Da gero asteburuan ya kalia gaoz.

Oporraldia ere kalera gehiago irtetearekin lotzen da orokorrean, baina ezberdindu egiten da bertan gelditu edo kanpora joatearen artean, etxean (herrian) gelditzea etxeko bizitza egitearekin lotzen baita, eta hartara baita telebista gehiago ikustearekin ere. Hala ere eguraldiak argi eta garbi eragiten duela adierazten dute adin-talde honetako parte-hartzaileek, eguraldi onak kalera gehiago irtetea dakar, eta hortaz telebista gutxiago ikustea.

Erretiratuta egonda, oporrak eurek baino, urtaroeak eta eguraldiak dute garrantzia Nagusiak adin-taldearen baitan. Neguan, arin iluntzen duenean, telebistara jotzeko ohitura handiagoa dago, etxean egiteko ordu asko dagoelako:

AU 77 G: Negun ordu asko dau. Egunek seietan gaba eitten dabenak.

AU 67 G: Bai bai bai.

AU 77 G: Ez dakizu nora juen. Ze kalien ibiltteko ilun dau, ez dekozu zereginik kanpuen da.

AU 85 E: Kalien bakarrik ibili biher, ez dau inor be ta.

Egoitzan elkarrizketatutako parte-hartzaileentzat ere eguraldia da batez ere aisialdia baldintzatzen duena. Hainbeste, ezen sarri eguraldi eskasak telebista ikustea bilakatzen duen aukera bakarra. Eguraldi onarekin telebista gutxiago ikusten da, eta txarrarekin gehiago:

MODERATZAILEA: Ta txarra eitten badeu, eurixe eitten badeu?

BI 88 G: Ba telebisinora. Goizien paseoa.

MODERATZAILEA: Uden, eguraldi ona datorrenien, telebisino gitxiau ikusten dozue?

BI 88 G: Gitxiau bai.

MODERATZAILEA: Gehixau urten igual?

BI 88 G: Urten. kanpora gehiau.

5.3. AISIAZKO KONTZEPTUAK

Aurretik ere sarri azpimarratu dugun bezala, aisiak denbora libre hutsaren eta praktika edo jarduera soilaren dimentsioak gainditzen ditu, subjektuaren bizipena, esperientzia eta ulermena barne hartuz. Material, sozial eta historikoki kokatuta eta mugatuta dagoen arren, ezaugarri objektiboak gainditzen ditu, eta muinean bizipen subjektibo eta pertsonala da. Ardatz honetan telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak eta bizipenak jaso nahi izan dira, adin-talde ezberdinen eguneroko aisian telebista nola ulertzen eta txertatzen den alderatzeko.

5.3.1. TELEBISTA ULERTZEKO ERAK: TELEBISTAREN ERREALITATEA

“Zer da telebista?” aldagai multzoaren baitan telebistaren ontologiari dagozkion galdera ezberdinak biltzen dira, hala nola parte-hartzaileek telebistarengan aldaketarik nabaritu ote duten, nola ulertzen duten telebista ikustea, eta ea telebista ikusteko modu berririk somatzen ote duten.

Gazteek adibidez aho bakarrez diote baietz, aldatu egin dela telebista azken urteetan. Lehenengo eta behin edukien aldetik. Edukiak eskasagoak direla eta “txarrikeri” eta “morbo” gehiago aurkitzen dala salatzen du. Reality-en fenomenoak eta estatu batuetatik etorritako formatoen arrakasta aipatzen dira, telebistaren aldaketaren adibide:

DU 24 G D: Nik igarri naben kanbixue desde los reality hori rollue pasau zanetik hona, o sea, hontxe ja dau pixkanaka jausten, baina hor epoka baten zan dana hori. (.) baina horrek bai, baina, baina horrek daka un toque yanki que se te va la olla. O sea en plan fantasmada bat.

Aldi berean, telebistak egunerokotasunean duen garrantzia ere jaitsi dela aipatzen da, batez ere eskuko telefonoak eta internetek gazteentzat duten zentralitatearen aurrean, eta etengabe gailu berriak erosi behar dituen gizarte kontsumistaren joerarekin lotzen dute telebistaren nolabaiteko gainbehera teknologiko erlatiboa, beste aparailu batzuekin alderatuta. Telebista beste hedabideekiko tentsioan kokatzen dute –batez ere internetek mehatxatuta-, baina oraindik ere bere zentralitatea mantenduz, laguntasuna emateko duen gaitasuna dela eta:

AL 34 G Nik uste dut internetek kentzen diola Batez be gazteen artean Datuak egongo dira hor nonbaiten, baina...

AL 30 E Nik uste dot jendeari konpainia eiten dotsola, asko Bueno, irratia gehiau igual, baia telebisinoak bebai. Ez dakit inportanteagoa bada oin.

Zentralitate honek gainera gizartean eragin zuzena duenaren inguruan ez dute zalantzarik agertzen, eta kritiko azaltzen dira. Aldaketa handienak eskuko telefonoekin eta internetekin lotzen dituzte hala ere, batez ere belaunaldi berriekin lotuta (haiek baino gazteagoekik):

DU 24 G D: (.) inor ez da sartzen telebisinoaz, eta telebisinuak daka kriston indderra, o sea, gizartean. O sea, nik esaten dot, jendiek nondik hartzen dauz ohiturak, edo bestiek, edo pentsamenduak eta hori? Bai, ba eskolak bai, baina jo sea telebisinoak pilo bat iten dotzela be bai.

DU 21 E: (...) Ez dakit, niri bilddurre emoten doztala eh? Nabil ikusten holako gauzak zelako arin doiaz, jendia ya whatsappekin da, nik ez doazela ulertzen. nik ez dakit, ez dodaz diferentzietan gauzak, i-lo que sea. Batzutan bilddurre emoten dozta, o sea, nabil ikusten hurrengo generazinoekin ya galdute egon bi garela, o sea.

Telebista gaur egun haienentzat zer den galdetuta, gazteek orokorrean denbora-pasatzeko (edo galtzeko) gailu bezala definitzen dute. Hori bai, autokritika ere eginda, telebista ikusteko modu ezberdinak egon badaudela, eta haien buruak telebista modu eraikitzaile batean ikusteko bezala ez dituztela gai aurkitzen aitortuz:

MU 21 E B: Denbora pasetako txismeak.

MU 20 E: Bai. Denbora pasetako edo. (...)o sea, alperrik, o sea alperrik denbora pasetako zeozer. Eta ikusten dot, eh? Nik pilo bat ikusten dot telebisinoa, baia.(...) Es que ez dakigunez ikusten, pues.

MU 24 G: Denbora-pasa bat, es que. ez dakitt.

MU 21 E B: Hombre, bebai balixo deu jo, komunikazino bere. jakiteko zer pasetan dau munduen, ezta?

Halere ez dute telebistarik gabeko mundurik imajinatzen, eta ez dute esperantza handirik telebistaren eboluzioan. Oro har ezkortasuna gailentzen da gazteen adin-taldeko telebista ulertzeko moduan. Bada hala ere ikuspegi orekatuagoa agertzen duenik telebistarekiko, bere elementu negatibo eta positiboekin, baina hori bai, eduki berriei buruz beste gazteek ere agertzen dituzten zalantzekin (*Gran Hermanorekiko* adibidez). Kasu honetan gainera erantzunkizuna ikus-entzulearengan ere badagoela azpimarratzen du:

BI 29 E: (...) bueno, ez dot pentsetan dana danik txarrerako, ni mucho menos. Pentzetan dot gauze batzuk onerako direla da... (...) Oin erreztasun gehixau deku ikusteko zer pasetan dabilen Sirian. oin arte eukin ez dogune... (...) Bai, ta nik pentzetan dot danak moduen, aurrerapenak gauza onak eta txarrak dekozela.

Helduak 1 taldeko partaideentzat telebista gehienbat emisioarekin, antena edo kable bidez jasotzen den emanaldiarekin lotzen da. Baina badira salbuespenak, dela etxean bertan norbaitek (normalean seme-alabek) bestelako erabilera ematen diotelako pantailari (sarri zein erabilera izan daitekeen gurasoek ere ondo ez dakitelarik), edo norberak bestelako erabilera ematen diolako:

BI 43 E: Bueno, nire etxien bebai semiek ipinten deu hori x-box, konektetau deu. Eta egoten da jolasten han telebisinoagaz. (...) Eske ez dakit. (barre) Ez dakigu zelan erabili! Jolastuten deu baina badakit aukera pilo bat, baina ez dakit! (barre)
BI 47 E: Eta youtube ikusi! Skype bebai... (...) Ba hori skypea nik deskubridu dot orain umea Estatu Batuetara joan danean, han badeko antza telebisino handi bet beran kuartuen, eta handik konektetan da skypea eta deitu al dozku eta holan. Bai, ordenadoretik barik telebisinotik.

Kasu batetan telebista esplizituki irudi eta soinuak birsortzeko gai den aparatu bezala definitzen da, bertako edukiaren iturria delakoa dela ere (norberak aukeratutakoa, kate publiko edo komertzial batek igorria...)

BI 39 G: Nik telebistagatik ulertzen dot aparatoa. Osea, piztu aparatoa, eta nahiz ta nik ezarri zer ikusiko dodan edo begiratu menuan zer dagoan, osea, kanalak birpasatu, ba. ba hori. (...) ez dot bereizten telebista publiko edo pribatu baten, osea kate batetik datorren seinalea nik han entxufatuta daukadan ordenagailutik urteten diren irudiak. Osea, hor, niretzat, bardin da.

Telebista aldatu ote den galdetuta, umeentzako programazioaren inguruan berehala sortzen da tirabira handiena adin-talde honen baitan, egun umeentzako edukirik dagoen, lehen gutxiago ote zegoen edo gehiegi ote dagoenaren inguruan. Umeentzako programazioa hizkuntza ezberdinetan eskaintzea ere baloratzen da, eta erdarazko eskaintza euskerazkoa baino askoz zabalagoa dela ere azpimarratzen da. Lurrazaleko Telebista Digitalak ekarri duen aukera ugaritasunak kantitate eta kalitatean duen eragina ere ezbaian jartzen dira, batez ere umeei begira, baita. Partehartzaile batzuen ustez badaude kalitatezko telebistako

edukiak, baina ikus-entzuleak berak aukeratzen du kalitate eskaseko edukia kalitate handikoaren aurretik, baita erdarazko edukia ere euskarazkoaren aurretik.

Antzerako zentzuan, telebista bera baino, telebistarekiko harremanak aldatu direla aipatzen du beste parte-hartzaile batek. Ez hainbeste telebista, baizik eta telebista ikusteko moduak, egun zapping egiteaz aparte gaur egun norberak nahi dituen edukiak internetetik jaisteko aukera dagoelako. Telebistaren eboluzio posibleari begira, beste parte-hartzaile batek argi ikusten du etorkizuna erabiltzaile edo ikus-entzuleari edukiaren gaineko aukera eta kontrol handiagoa ematek pasatuko dela. Are gehiago, uste du telebistaren emanaldiaren zain egotea gaindituta dagoela jada:

MUS 47 G: Erabiltzaileak ez dakit, aukera gehiago eukiko dau bere "menu propioa" antolatzeak. (...) Osea, zuk gustokoa baldin baduzu kotileoa kotileoa ikusiko duzu, baina zuk nahi duzun orduan (...) Eske ez da normala egotea holan ez, itxoiten a ber zer botatzen duten! Eta internetek zeozer erakutsi badigu da aukera daukagula da geuk aukeratzeko, ez? Eta erabakitzeke zer noiz eta nola. Ba telebistan be gauza bera egingo da.

Helduak 2 taldean gehienbat entretenimenduari lotzen da: informazioa emateko gaitasuna badu ere, parte-hartzaile batzuek zalantzan jartzen dute bere estatus informatiboa. Entreenimendua, denbora-pasa eta laguntasuna eskaintzen dituen gailu bezala ikusten da gehiago. Hala ere, telebista egongo ez balitz haren falta asko igarriko litzatekeela ere argi adierazten dute. Ezberdindu egiten da telebista ondoko hedabideengandik, irratiarengandik adibidez, entzun ez ezik ikustea eskatzen duelako:

MU 62 G: Beharren zauten bitaten, zeure lanak eitten zabiltzazen bittarten telebista ez da bakarrik entzutea, ikusi in biozu, eta radioa, adittu eta alperrik da, orduan gustatea radioa telebistan lekuan, balitke hor momentuan, ze telebistak gura dau ez bakarrik entzun, ikusi.

MU 51 E: Bueno, depende, nire amonak ez zuen ikusten. Egun batean joan nintzen bisitan eta ez zuen funtzionatzen, piztuta zeukan (BARREZ) "amona, baina ez dozu ezer ikusten eta konpondu behar da", "utzi dazu ez da nekatzen, ez da nekatzen", berba itten zuen. Hari berdin zitzaion irratia, telebista edo, berak konpainia nahi zuen.

Lurrazaleko telebista digitalaren bidez eskura dagoen kateen ugartasuna ere aipatzen dituzte, aintzina zeuden kate apurrekin alderatuz, eta kate berriak (*Discovery Channel*, *National Geographic*, *Viajar*, *Paramount*...) ere izendatzen dira. Kasu batzuetan, ez askotan, interesgarriak diren saioak internet bidez ikusten dira, norberak nahi duenean, eta iragarkirik gabe:

MU 51 E: Zerbait garrantzitsua badau ere, ez dakit, solasaldi batera berandu ailegatu bazara eta iruditut zaizu, "ui, beittu, hau galdu dot edo", interneten ere gero ikusi dezakezu berriro eta anuntzio barik, o sea que (BARREZ).

Nagusien adin-taldean denak daude ados telebista asko aldatu denean, zuri beltzean zenetik, eta asmakizun bezala harridura sortzen du oraindik ere:

BI 75 G: Baten batek gauza ederra inbentau jua telebisinoaz. Bai gero! Nik eh. denbora gehixena telebisinoan emoten joat. Da beste buelta bat, paseo apur bat ein da. telebisinora. Gauza asko jakitteok. Ostantzien tonto egongo ginakezan, tonto.

Gaur egun denetariakoak lotzen zaizkio telebistari: entretenimendua, denbora-pasa, informazioa... Eduki batzuk ez dira denen gustokoak ("horrek e debategen gehixenok eh, askean gehixa eitten nabe konplazidu baino") eta batek baino gehiagok (gizonezkoak denak) telebistari gabe arazorik gabe biziko liratekeela diote, baina orokorrean telebistak gauza askotarako aukera ematen duela uste dute parte-hartzaileek. Agian beste guztien gainetik azaltzen den ezaugarria laguntasuna ematearena da, baina harekin batera informazioa, entretenimendua, eta munduaren berri izatea ere agertzen dituzte:

AU 85 E: (...) aburridute nauenien ipintteko ta gauzak jakitteko ta danetarako! Gustau eitten xate. Telebisinoie neuretzako lagun bat da. Igul bakarrik zauz etxien ipintten dozu telebisino ta ba. lehen esan dodane.

AU 85 E: Bueno, nik neuk eh. dekotazen ordu librik ba hantxe aprobetxetan ditut. Pelikulerie ez naz asko, baina gustetan jate kotileue (barre).

AU 74 E: Munduaren ikuspegi bat bezela. nitzako zeozer holakoa da telebista. Zer pasetan dan, bai berton inguruen da bai mundu mundu mailan ikusi biher gendukezan gauze batzuk ikusteko zera emoten dau.

AU 75 E: Nik pentzetan dot danak! (barre). Bat esan bitzut? Gustatu egiten zait telebista.

5.3.2. TELEBISTAREN BALORAZIOA: ONERAKO ALA TXARRERAKO?

"Onuragarri/kaltegarri" kode fokalizatuan bildu dira telebistaren eragin positibo eta negatibo buri buruzko iritzia bilatzen zituzten galderak. Gazteek, zentzu horretan, telebistak izan ditzakeen lehen eragin kaltegarrien artean ikus-entzulea manipulatzeko ahalmen handia aipatzen dute ezer baino lehen:

DU 24 G A: Eske ez dakizu zer dan egixe ta zer dan guzurre. Azkenian gauzarik sinplian be sartzentzue guzurre.

DU 24 G D: Imajinak, manipulazino be bai.

DU 24 G A: Bada manipulazinoarako, manipulazino tresna itzela da.

DU 21 E: Eta igual hemen euskaldunek izenda konturatzen gara gehixau, ze entzuten dozu notiziak ez dakit zer kanaletan da., baina klaro, zu baldin bazara ez dakit nungue, pues igual.

DU 24 E: Te lo tragas.

Hala ere, telebistaren onura edo kalteak ikusteko moduaren eta ikusten denaren arabera ere badirela uste dute: ikus-entzulearen erantzunkizunak eta gaitasunak garrantzia handia duela azken emaitzan. Hala ere oso ezkorrak dira euren buruaren gaitasun eta jarrerarekiko:

MU 21 E: Ikusten jakin behar da, ezta?

MU 25 G: Bai.

MODERATZAILEA: Eta hurrengo galdera da, zuek badakizue?

MU 21 E B: Ez. (...) Nik ez. (...) Eske akabuen igual zauz ikusten y akabetan dau eta he dicho "qué porquería egon naz ikusten oin arte". Baina gero zaoz ikusten holako txorrada bat bajatuten zara, bueno, ni joaten naiz aitangana eta ikusten dot aita ikusten erreportaje bat edo debate bat eta esaten dozu, igual berak badaki ikusten, baina nik ez.

Telebistaren onurak eta kalteak ikus-entzule ezberdinen arabera ere izan daitezkeela aipatzen da, erabilera eta helburu ezberdinek emaitza ezberdinak sorraraziko baitituzte. Hortaz, telebista ez da *per se* kaltegarria edo onuragarria, ikus-entzuleari ere badagokio esperientziaren emaitzan parte-hartzea:

BI 29 E: (...) jentiek, pentzetan dot. bueno, batzuk eitxen deurela entreteniduteko (...)ba beran etxien, familixen, biherrien nahiko problema dekozelako, da bueno, ba urtenbide bat izen al dalako, deskonektetako. Da beste batzuk ba informatuko. Da beste batzuk neure lez, ba. edo bakarrik zauzenien konpainixe edo eukitxeko hor zaratie. o. loak hartzeko neure lez, o. ez dakitx, pentzetan dot utilidade diferentiek dauzela personan arabera. Ta ez dakitzut esaten gehixen zein eitxen dan. Pentzetan dot danerik dauela. Munduen ganorabako asko dau, ta zentzudun asko.

Helduak 1 adin-taldeko parte-hartzaile gehienentzat telebista ikustea ez da berez kaltegarria, ez eurentzat ez eta euren seme-alabentzat ere; beti ere neurritz eta zentzuz ikusten den heinean. Eduki batzuen inguruan eztabaida sortzen da (eduki batzuk "telezarama" kontsideratzen dituzte, eta norberaren ardura da hauek ikustea edo ez ikustea), egokiak ala ezegokiak ote diren, edo hezgarriak direnaren (edo izan behar ote direnaren) inguruan, batez ere seme-alabei begira:

BI 43 E: Nik uste dot danak dekola bere alde ona eta alde txarra. Ez dakitx. Ez dot esango nik eh ez txarra ez ona. Ez dakit.

BI 39 G B: Nik txarra ez dot esango. Niretzako ez da txarra.

BI 47 E: Ez, nik bez.

BE 40 E: Niretzako da klabie segun eta zer ikusten dabien. Ze adibidez (alaba) hasi da arratsaldietan ikusten txorrada bat dana hori, non da, Telecincon, La que se avecina edo. ez. orain beste izen bat dauko. La que se avecina. Jolin, da da txorrada bat, eta dau egunik egunien horixe ikusten, ta dinotzot, "jo, horregaz zer ikesikozu"?

Edozelan ere, argi daukate telebista hedabideen artean bat baino ez dela, eta egun seme-alabek eraginak toki askotatik jasotzen dituztela (internetetik, ikastolatik, etxetik...), ez telebistarengandik bakarrik. Hizkuntzaren erabileran igartzen dute asko, (erdarazko) hedabideen eragina, gazteenengan:

BE 37 G: Baina hizkuntzan erabilpenean be badeko eh? Ze zenbat ta gehixau ikusi gehixau eitten dabie hizkuntza hori. Nire txikixek, espresinuek eta, erdarakuek diez hortik hartutakuek. Danetik hartutakuek diez. Danak, argi dekot.

BE 40 E: Nondik atara deu honek hori esaldixe ba? Ba. horregaittik da.

BE 37 G: Da igual ez dakixie zer dan bere, batzutan.

Etxeko gazteenei ez ezik, nagusienei ere eragiten dien moduak ere kezkatzen ditu adin-talde honetako parte-hartzaileak, adineko pertsonen kasuan sarri eduki kaltegarri edo lotsagarriekiko zaletasuna ikusten baitiete.

Helduak 2 taldean aldiz telebistak transmititzen dituen baloreengatik agertzen dute ardurarik handiena: arrakasta erraza, ahalegin eza, merezi gabeko fama eta “pelotazoa”-ren kultura. Oinarrian telebista pribatuen etekin ekonomikoen bilaketa topatzen dute, kosta ahala kosta audientzia bereganatzeko nahia eta “errazena da lo más banal, lo más fácil de llegar, pues eso, sangre, y sexo y rock and roll”

SA 52 G b: El pelotazo, zenbat eta aurpegi gehiago, el vividor, es que hori, azkenean hori da.

SA 57 G: Baina gazteengan ere ikusten da, joer, ba ez da el pelotazo bakarrik, hori, es que, hori, nire alaba. Artista izan nahi du, zergatik? Ba ikusi duelako, zelan da? Operación Triunfo...

Autokritikoak ere badira, eta haien gaztaro garaian *Eurovisión* eta Marisol ere ikusten zituztela aitortzen dute ironiaz, sarri gurasoen eskandalurako. Edozelan ere elkarrizketatutakoen artean irakasleak daude, eta ardura agertzen dute egungo gazteen (bai seme-alaben eta baita ikasleen) jokabide eta izaera dela eta. Telebistak egun eskaintzen duen aukera-ugaritasunak gazteen artean ikusten duten antsietatearengan erantzunkizuna izan dezakeela sumatzen dute, gizarte kontsumistaren baitan beti ere, ez bera erantzule bakartzat hartuta:

SA 52 G: (...) gauza asko izatea eta zertarako den ez jakitea, hori uste dut errepikatzen den eredu dela telebistan ere. Nire seme-alabak, denetarik daukate eta ez die., bueno, ez dakit, nik ikusten dudana. Edo gure ikasleak, denetarik daukate, eta erdia edo ez dute erabiltzen, eta antsietate antzeko zerbait dago. Eta telebistan berdin, hori, daukagu mila kate, bost mila programa, eta denbora guztian gaude klon, klon, klon.

Egun dagoen kate eta saio ugaritasunarekin kritiko agertzen dira baita, iraganeko kate orotarikoetan “pertsona guztientzat” zuzendutako edukiak zeudelako (“bai gazteentzat, bai helduentzat, eta bai.”). Aldiz egun kate espezializatuak helburu bakarra dutela uste dute: biztanleriaren segmentu konkretu bat entretenitzea, inolako ahaleginik egin gabe, eta honen aurrean ikus-entzulea babesgabe ikusten dute.

Nagusien taldean berriz telebista ikustea ona delako ustea sarri agertzen da, eta kalte baino on gehiago egiten duela uste dute oro har. Hori bai, giza asmakizun guztiak bezala, ikasi eta jakin egin behar da erabiltzen (“Norberak tamainue hartu biher”):

BI 75 G: Ona. ona.

BI 71 G: Meza egoten da eta.

BI 75 G: Telebisinua dau etxien mundu guztiko barrixakin. Adelantuek. dauzenik eta adelanturik onenak danak urteten dituek, telebisinuen.

AU 85 E: Ondo.

AU 74 E: Nik pentzetan dot ondo.

AU 85 E: Kalterik ez behintzet.

AU 67 G: Ona seguru, bi dan moduen useu ezkerok! Gauza guztiek lantxerik harek! Ez dau hor duderik. Ona, horixe ona.

Munduaren berri izateko, etxean laguntasuna emateko, entretenitzeko, denbora pasetako... telebistak aukera asko ematen dituela azpimarratzen dute, eta garai batean "engantxau gehixau" egon zela uste duten arren, egun telebistari neurria hartua diogula diote. Telebistaren inguruko beste hedabide eta teknologiek, ordenagailuak eta internetek, indarra kendu izana posible dela diote, eta arrisku gehiago ikusten dute egun ordenagailura "engantxetako", telebistara baino. Argi dute gainera gazteek berehala jotzen dutela ordenagailura, telebistara baino arinago:

AU 67 G: Ta izen leike bihar bada oin ordenadorak eta be apur bat zati bat kendu izen dautse, ta jende asko dau ordenadorara engantxeute. (...)Gero zeozer topetan hasten bazara ba han ordu bi ta hiru ta igerri barik berriz. horixe, tak tak tak tak. bazoieze.

AU 71 G: Horretxek kendutze asko telebisinoiari. ordenadorak. Oin ordenadorin hasten zara, topetan ditzuzu han da.

AU 74 E: Ume guztik be, danak manejetan dabe.

5.3.3. TELEBISTAREN ESPERIENTZIA: EMOZIO ETA BIZIPENAK

"Esperientziak/emozioak" kode fokalizatuarekin jaso dira telebistak sorrarazten dituen emozio, sentsazio eta esperientziei buruzko galderak.

Gazteek telebistarekin lotutako sentsazio, emozio eta esperientziak edukiaren arabera izaten direla azpimarratu dute, telebista bizipen zehatz batekin lotu ordez. "Asperdura" izan da hala ere sarri aipatzen den sentimentu bat, bai telebista pizteko arrazoi bezala, eta bai telebistaren aurrean sentitzen denaren laburpen bezala. Kontraesankorra badirudi ere, telebistak aldi berean asperduraren antidoto eta asperduraren sortzaile bezala funtzionatzen du sarri adin-talde honentzat:

MU 25 G: Depende zer ikusten zauden.

MU 21 E B: Aburrimiento. (...)Aburrimiento. ves Gran Hermano y te aburres.

MU 20 E: No, yo me aburro y enciendo la tele.

MODERATZAILEA: Eta piztu eta gero gutxiago aspertzen zara edo antzera?

MU 20 E, MU 21 E B: (BIAK BATERA) Entretenitute zautz. (DENAK BARRE)

Denbora-pasarekin, erlajatzearrekin eta deskonektatzearrekin ere indartsu lotzen da telebista gazteen artean, nahiz eta kasuren batean denbora-pasa honek gero sentsazio txarra, erruduna uzten duela aitortu, denbora gaizki inbertitu izanaren arduragatik:

DU 21 E: Jo, ni banau bi ordu telebisinue ikusten, es que gero txarto sentitzen naiz, osea, iruditzen jate denbora bota in jotela, osea, niretzako da ba ez dakittenean zer ein, edo igual zuk esan dozune lehen, relajetako bebai, edo, bestela zaratie nabilenien kozinetan, eskatzien nauelako eta. baina ez da gauza bat produktiboa hor hartzen dotenien, denbora hori niretzako da denbora "mal invertido", ez dakit, ez bada hori ba gauza bat zehatza, pelikula on bat edo.

Hauetaz gain “denpora pasetie”, “deskonexinue” edo “sofa momentua” bezalako terminoak erabiltzen dira gazteen artean, telebistarekiko bizipenak laburbiltzeko.

Helduak 1 taldekideen artean berriz lasaitasuna eta deskonexioa lotzen dira batez ere telebistarekin, norbere arazoak ahaztea eta eguneroko arduretatik ihes egitea:

BI 39 G B: Nik relax ta ondo pasa. Osea, entretenimento bezala edo. Nahiago dot eh? Osea, bai informazio. informazio tartea badago

BI 50 E: Deskonexinoa.

BI 47 E: Bai, hori da, deskonexinoa.

BI 39 G B: (...) Pelikula bat holan barre egiteko. edo ez barre egiteko, baina gutxienez deskonektatzeko eta.

BI 43 E: Bai, deskonektetie nire ustez.

BI 50 E: Norberan bizimodue ahaztu ta beste batzuen bizimoduen sartu.

Ebasioa, ihesaren ideia kasu batean argi esplizitatzen da kasu batean, ez soilik telebistarekin lotzen den sentsazio bezala, baita bilatzen den zerbait bezala ere:

BI 39 G: (...)niri burura etorri jat ebasioa. Azkenean eh. momentu horretan zure burua bakarrik dago telean ikusten dan horretan pentzetan eta ba hori, ebasio antzeko sentsazio bat. (...) Adibidez, telea edo zineari lotuta (...) niri gustaten jat gauzak ez pentsatzekoak, hausnarketa handirik ez egitekoak. normalean eh?

“Negarra” ere azaltzen da adin-talde honetan, filme batzuen kasuan, gustora egiten den negarra alegia. Kexu dira parte-hartzaileak, sarri telebistaren aurreko negarra ezkutatu egin behar izaten dutelako, edo etxekoek ez dietelako gustora negar egiten uzten. Barre osteraren denek egiten dutela onartzen dute, teleailekin batez ere, baina baita bestelako saioekin ere (“Euskal telebistan emoten dabiena, sustoak emotekoa.”, “*Humor amarillo*, hori bai gustaten jat.”). Azkenik, amorrua ere sentitzen dela aipatzen da, *Intereconomía* katearekin (kasu batzuetan gainera nahita bilatzen den amorrua, jakinda zer aurkituko den).

Oso iritzi kritikoak jaso dira Helduak 2 adin-taldearen baitan telebistak sortzen dizkien emozio eta harekin izandako esperientzien inguruan: denbora-pasaren ideiarekin lotzen da asko telebista ikustea, baina sentsazio negatiboak ere agertzen dira adin-talde honetan: “asperra”, “lotsa”, “manipulazioa”...

SA 50 E: Bai, aspertu egiten naiz, ezin dut denbora asko egon, lokartzen naiz, da pasada bat, ez dakit diren urteak, ez dakit den telebista, edo nire egoera mentala, ya ez dakit zer den, baina denetarik, baina zeozer badago.

SA 52 G b: Denbora pasatzeko, bai. Eta batzutan aspergarria. A ver, lotsagarria dela, horrenbeste kanala egon, eta jakin zer ikustea, ez dute ematen, jo, es que, manipula, ez dakit nola esan. Telebistaren bidez nahi badute zerbait lortu, gai dira lortzeko, uste dut.

Telebistaren garapenarekiko sentsazioari buruz iritzi ezberdinak daude. Batzuk ez dute batere itxaropenik agertzen, eta programazioa geroz eta eskasagoa dela deritzote, beste batzuk alde positiboagoak ikusten dizkiote.

LE 53 E: Gero eta txarrago neuretzako, eh? Gero eta txarrago, bai. Badagoz ondiñoko programa batzuk eta, ba merezidu dabenak, baina.

LE 52 E: Baina, egixe esan, generalian.

LE 57 G: Baina alde batetik ona da. Alde batetik ona ze telebisinuari esker enteratzen gara beste munduko partien zer gertatzen da, zer pasaten dan.

LE 54 E: Bai, nik txarra ez neuke esango.

LE 55 G: Neuk bez.

LE 53 E: Gero eta txarragoa.

LE 52 E: Txarra igual, tresna bat, tresna bat eta erabilera, erabilpena, erabiltzen dan.

Oro har denak dira kontziente telebistaren inguruko beste hedabideen garrantziaz, eta interneten (eta internetera konektatzen diren gailuen) indar hazkorraz.

Nagusien artean telebistak oro har oso harrera ona duen arren, telebista eduki batzuekin oso kritiko agertzen dira, askok hauek ere ikusten dituztela onartu arren, azaltzen den hizkera eta estilo zabarra dela eta: *El conquistador del Fin del Mundo* saioan adibidez:

AU 71 G: Eta gero berbetie, zelakoa beti eh?

AU 75 E: Beti hasarre ta txarto berba eiten dabe.

AU 71 G: Maldizinoiek eta. zatartu emoten dabenak holako gauza baten ezta? Holako programa baten, ez dakit, begitantzean. (...) Gaztie eta, zer, zer ikesi bi dabilie haren itxuriaz, ze. Niretzako da fuertie, zatarra.

Telebistako eztabaida eta “debateak” jarraitzen dituzten arren (*Sálvame* kasu), ez daude batere konforme bertako gonbidatuen “edukazio falta” eta errespetu faltarekin, eta amorrua eta etsipena aipatzen dituzte halakoen aurrean. Moderatzaileek hitz txandak hobeto eman beharko lituzkeetela errepikatzen dute behin baino gehiagotan, elkarren artean zarataka entzun ere ez dutela egiten uste dute era.

AU 67 G: Efektivamente. Edukazio falta itzela ikusten da hor.

AU 77 G: Horrek erregatute ipintzen nau ni hor.

AU 67 G: Bai, egixe da. Errezoie dekozu, bai bai.

Albistegietan, berri gogorren bat ematerakoan ere sentsazio txarrak aipatzen dira:

LEZ 67 E: E. normal. igual, ez dakit, gaba baten Teleberri emoten daurienen edo horrek albistek, eta, ikusten dozuz horrek, hilek eta horrek gauzek ez, niretzat ez da.

Ez, da hori, sano fuerte, hum. Igual umeentzat. Eta noberak ikusi umek, igual, eta, edo mutilata edo, eztakizu? Horrek gauzek. Hori niri ez, ez.

Zentzu positiboago batean, norberaren zaletasunak (kirolak, lehiaketaren bat, aintzinako filmak –eta bakeradak-, abestiak, bertsolaritza...), eta euskal kulturarekin lotura duten edukiak emozio positiboekin lotzen dira adin-talde honetan:

LEZ 67 E: adibidez telebisinoan emon zeurien hori e Baionatik Bilbora izen zan, hori ikusi nuen, telebisinoan ikusi nuen eta ha izen zan niretzat "lo más grande", eztakizu? Terrible. Horrek gauzek emozionaten dozte asko.

5.3.4. TELEBISTAREN ERABILERAK: ZERTARAKO TELEBISTA?

“Telebistaren erabilerak/funtzioak” etiketapean horixe miatu da: adin ezberdinetako parte-hartzaileek telebistaz egiten dituzten baliatzeak edo beronen erabilera utilitarioak.

Telebistak betetzen dituen funtzioetaz galdetuta “konpainia egitea” edo “laguntasuna ematea” da gazteen artean gehien aipatzen den kontzeptuetariko bat, baina onartzen dute haien kasuan behintzat erabilera “artifiziala” izan daitekeela, agian ohituta daudelako beti “fondoan” zerbait izatera (isiltasun osoa hortaz ezerosoa egiten zaiela aitortzen dute): “Ez dau (konpainia) egiten niretzat, baina guk holan perzibitzen dogu oin”. Zentzu horretan belaunaldi ezberdinek agian diferente bizi dezaketela uste dute:

DU 24 G D: (...) ez dakit konpainia en plan kentzentzunik bakardadie baina, eukitten bazu dana amataute (...) dakit. Edo plater zatatie, ez dakit, da super tetriko moduen, ez dakit zelan esan.

DU 23 G: Igual ohitu garelako ya

DU 24 G D: Bai, ohiturak dira, baina.

DU 21 G: Ohitu garelako igual telebista ikusten degu txikitatik, beste jenerazino batzuk igual ez dabienak hori bizi ba.

DU 21 E: Ba igual ez da hainbeste konpainia egiten dauela, sino ya ez dakigule hori barik egoten.

Telebistak norberari eta gizarteari egin liezazkiokeen ekarpenei buruz galdetuta informazio eta formakuntzari begira, “dokumentalak” eta “albistegiak” aipatzen dira, baina lehenago ere aipatutako manipulazioaren susmoarekin beti ere. Bestelako ekarpenei dagokienez ere, zalantzak agertzen dituzte, bai ikus-entzuleari eskatzen dion arduragatik, eta baita telebista beraren izaeragatik ere:

DU 21 G: Ez, ze gainera suposatzen da gizarte berrian nahiago dugule parte-hartzaile izatie ta telebista emoten dala unidireccional ez?. o sea, zuk jaso bakarrik egin al dozu, eta ezin dozu elejidu, esan nahi dot, elejidu al dozu bai entre, ez dakit, sagar berdiek edo gorrixek, baina ezin dozu madarixek aukeratu.

Gazteek oro har konpainia egitearen eta entretenitzearen artean kokatzen dute telebistaren erabilgarritasun edo funtzio nagusia, etxean zaudenerako baliabidea, “beste ezer” (benetako konpainia edo benetako zaletasunik egiteko aukerarik) ez dagoenerako. Baina hauetaz aparte, jendartean telebistarentzat erabilera eta funtzio sorta ezberdinak aurkitzen direla ere azpimarratzen da kasuren batean. Telebistaren erabilera eta funtzioak ikus-entzulearen ahalegin eta jarreraren arabera izan daitezkeela ere aipatzen da, beti ere telebistak egun duen eskaintzarekin tentsioan:

AL 34 G: Ba gauez, nekatuta zaude, afaldu ta gero, tripa beteta, egun osoa lanean... Nahi duzuna da deskonektatu (...)Sofa, ez pentsatu, encefalograma plano, ta emaidazu nahi duzuna, osea, bortxa nazazu (barreak) Eman nahi beste basura. (...) nik uste dut hor tranpa handia dagoela. (...) esaten dugunean jendeak nahi duena hau da, edo jendeak eskatzen duena hau da. Jende horrek noiz eskatu du hori?

Helduak 1 taldean berriz atsedena, entretenimendua eta informazioan kokatzen dira gehienbat telebistaren funtzioak, eta batzuetan etxeako telebistaren inguruan batzeko ere erabilgarria izan daitekeela uste dute:

BI 50 E: Niretzako familia batzeko momentue ere bada. Gu etxean telebisinoaren inguruan baino ez gara batzen. Edo jateko, edo telebista ikusteko. Guk telebista bakarra daukagu etxean, ta orduan gabeen danok jesartzen gara sofari telebistaren inguruan.

BI 39 G B: ... niretzako da relax momentua. Osea ya amaitu dozu hemengo lana, amaitu dozuz etxeko lanak eta umeen kontuak eta hurrengo eguneko gauza guztiak prestatu dozuz da momentu horretan jesartzen zara sofari, pizten dozu telebista eta guri berdin jaku zer dagoen.

“Lasaitasuna” eskaintzen duen zerbait ere bada telebista. Dela lo-kuluxka bat botatzeko aitzakia, edo egunaren amaiera markatzeko tartea, eguneroko arduretatik ihes egiteko aukera:

BI 39 G: Ba. ba hori, informatzeko eta aisialdi pasibo bat eukitzeko. Erlaxatzeko igual bebai. azkenean da. igual hori dago bebai gure etxean daukagun ereduarekin lotuta baina. Normalean egiten doguna da umeak oheratu, ya gauzak batu. eta ya telea pizten dogu eta igual momentu hori igual ya inkonszienteki lotzen dozu erlaxazioarekin. (...) Ez da bardina, baina nik uste dut horrek badaukala zerikusiri bat lehen suaren ondoan edo inguruan batzen ziren momentu antzeko bat.

BE 37 G: Niri lasaitasune bebai. Ez daitx, apurtxu bat egotie ikusten lasai lasai, atentzinue bertara bakarrik.

Informazio iturri bezala hartzen den arren, batez ere entretenimenduan kokatzen dute adin-talde honetako partaideek telebista. Hala ere, gertakari garrantzitsuren bat jasotzen denean, gehienek aitortzen dute telebistara jotzeko joera, geroz eta gehiago internetara jotzen duten arren.

Helduak 2 taldean, aurreko adin-taldearen kasuan bezala, lo gelditzearekin lotura handia agertzen du telebistak adin-talde honetan arratsaldez eta gabaz ikusten denean. Goizetan ikusten denean aldiz, askoz gehiago asoziatzen da laguntasuna ematearekin, eta informatzearekin.

LE 53 E: Lo itteko edo beraz geratu lo, nik beraz geratzen naz lo.

LE 54 E: Bai, nik ez, ez, baina bakizu lo ingo zula, eta orduan ipintzen zara telebisinu aurrian eta lo gelditzen zara.

LE 53 E: Nik askotan. gaur be Puente Viejo edo hori ikusten ni zati ez dot ikusi ze ni lo geratu naz, hamar, bost minututan igual, gehiau ez zan izengo, baina lo geratzen naiz.

Informatzea eta entretenitzea dira nagusiki telebistari egozten zaizkion funtzio nagusiak, eta informazioari garrantzia handia ematen diote, behintzat maila teoriko batean, baina bakoitzaren egunerokotasunari erreparatuta batez ere “denpora emateko” dela diote gehienek. Irratia eta internet ere ageri dira informazio iturri garrantzitsu legez, baina telebistak gordetzen du hala ere estatus informatiboa, TVEren *Canal 24 horas* bezalako kate tematikoen bidez adibidez. Interesgarria da partehartzaile batek telebistaren erabilerei buruz dioena, ondoan adineko pertsona bat zuela deskubritutakoa, egunerokotasuna egituratzeko funtzio garrantzitsua duela adierazten duelako:

SA 50 E: Pues, begira, nik pasatu dut denboraldi luze bat adineko pertsona baten ondoan eta telebistak jokatu du paper oso inportantea, o sea, markatzen zituen ordutegiak (...) eta horrek markatzen zuen apurtxo bat egunerokotasuna, edo egunerokotasuna apurtzen zuen. Eta nik hor deskubritu dut, bueno, konpainia ere egiten duela, ez? Eta, ba asko estimatzen dut, nahiz eta niri programa asko ez gustatu, pues beste adinekoentzat, pues gustatzen zaie.

Telebistak gizartean izan dezakeen eraginari buruz galdetuta berriz, eszeptikotasun maila handia agertzen dute, baina aldi berean argi daukate hedabide guztiek dutela errealitatea manipulatzeko gaitasuna, ez telebistak bakarrik, eta norberak ikusi duen zerbaiten eta komunikabideek kontatzen dutenaren artean alde handia egon ohi dela. Egungo egoeran, positibotzat daukate hedabide ezberdinen artean kontrastatu ahal izatea, batez ere interneti esker, hedabideen eragina orekatzeko aukera ematen duelako:

MU 56 G: Ez, komunikazioak inddar asko dekea, manipulatea informazioa, bai prensan, edo bai telebisinoan, edo bai radioan, hori manipulazioa eh. indder lar eukitzea eurek hori riesgo handi bet da. Akabuan jendea manipulatzen da.

MU 55 E: Bai.

MU 51 E: Bueno, bide hori balego bakarra, bakarra izango balitz bidea, ba bai, baina gaur egun beste bideak ere baditugulez, beste informazio bat ere daukagulez enteratzeko. Adibidez nik horretarako positiboagoa ikusten dot internet erabili, telebista baino, baina gaur egun internet ere dagoez, dagoez, ba ya telebistak ez dauka hainbeste indar.

Nagusien artean, azkenik, laguntasuna ematea eta denbora-pasa aipatzen dira beste erabilera guztien gainetik, nahiz eta telebista munduaren berri izateko eta gauza berriak ikasteko oso baliagarria dela iritzi:

BI 88 G b: Ah, horixe. Horixe. Entretenidu eh. osorik! Horrexetako balixo deu telebisinoak, denborie emoteko. Munduko barri jakittek, gauza asko ikusten da ba!

Argi dute gainera telebistak toki garrantzitsua betetzen duela haien bizitzan. Ikusi eta entzunezko hedabidea izaterakoan. Telebista “holgeu” ikusten den zerbait da, aise jarraitzen dena, prentsa baino askoz errazago, ikusmena gaztaroan zena ez denean ere munduarekin lotura eskaintzen duena, baita zahartzaroan ere:

BI 88 G b: Telebisinue inportanti dok.

MODERATZAILEA: Ez bazan egongo telebisinorik? Apurtuten badiez telebisino guztixek, igerriko zinuen zuloa?

BI 88 G b: Baai.

BI 88 G d: Igerrri? Ask, asko.

BI 88 G b: Handixe. Falta handixe (...)Nik eh. honegaz ez joat ikusten eta. honegaz gitxi. telebisinoa bai, entzun de dana. telebisinoaz holgeu.

“Kotileo” programek batez ere denbora-pasa eta laguntasuna ematen duten arren, lehiaketek adibidez, gauza berriak ikasteko balio dutela uste dute adin-talde honetako partaide batek baino gehiagok, eta telebistak “denbora emoteko” balio duen arren beti, bereiztu egiten dute eduki batzuen eta besteen artean:

LEZ 67 E: Hum. Badauz gauzek, kulturako gauzek. eta konkursoena igual ba igual, igual ikesten dozu. ze, ez dakit, pregunte bat, ez dakizu? eta dinozu, ai! ba hori pregunte badakit eta konpetidu eiten dozu, ta horrek gauzek.(...) Bai, ikesi. Zeuzer. Bai, baia danak ez, keba, ez, danak ez. Eta hori, klaro, indarra dau bestera e? Indarra dau "al cotilleo".

5.3.5. TELEBISTA DEFINITZEN: TELEBISTAREN ERRETRATUAK

“Telebista definitu” aldagai multzoarekin parte-hartzaileei telebista haien eguneroko esperientziaren arabera definitzeko eskatu zaie. Finean, erretratu subjektibo eta esperientzialak eraikitzeko eskatu zaie, eta horretarako telebista faltako balitz nola biziko luketen ere galdetu zaie parte-hartzaileei, utziko lukeen zuloa edo hutsunea deskribatzeko.

Oro har, Gazteak adin-taldearen baitan telebista “hor dagoen” zerbait bezala hartzen da, bere presentzia eta existentzia kuestionatzen ez den baliabide bat, batez ere denbora-pasa eta entretenimendurako dagoena, eta asperrarekin edo hutsunearekin lotzen dena gehiago,

gogobetetze edo asebetetze sentsazioarekin baino. Aipatzen da telebista erabat modu ezberdinean ikusten duen lagun edo ezagunik, eta telebista aparailuek eurek eskaintzen dituzten egungo eta etorkizuneko aukera berriak ezagun zaizkie, baina oro har telebistaren kontzeptu nahiko tradizionala darabilte. Are gehiago, uste dute agian kontzeptu hau, “telebista formatua” dela agian arrakastatsuen gertatuko dena, baita eraldaketa teknologikoen erdian ere:

DU 24 G a: Oin dekie interneta ta dana telebistan, oin.(...) sartu al zara hortik Youtube-ra, telebistan bertan hasi pelikulak ikusten, o sea, iten dozuna baina dekozu ya telebistan.

DU 21 E: Bueno, nik adibidez flipau in neban, lagun bat mobile konektaten dauela telebistara, o sea, ya esaten zu. eta ibiltzen dela telebistan mobilarekin.

DU 24 G d: Baina nik be pentsaten dot telebista formatua dala gustaten jakune eh?

Salbuespenak salbuespen, inguru hurbilean telebista etxean edo lonjan dagoen “denbora pasetako txismeak” da batez ere, beharrian funtsezkorik ere betetzen ez duena baina aldi berean faltako balitz hutsunea utziko lukeena. Desagertuko balitz, ziurrenez kalera gehiago irtengo lirakeela ere uste dute.:

MU 21 E: Nik nirean segiduko dot, o sea, alperrik, o sea alperrik denbora pasetako zeozer. Eta ikusten dot, eh? Nik pilo bat ikusten dot telebisinoa, baia.

MU 20 E: Es que ez dakigunez ikusten, pues.

MU 20 E: Nik. ahal naz egon hileak telebisino barik, ez dazte pasako ezebez. Baia hor dekotelez. Hori bai, kenduten badoztezu aburridu eiten naz.

Hiru hitzetan telebista definitzeko galdetuta, parte-hartzaile batek ikuskizuna, informazioa eta laguntasuna aipatzen dira, bai telebista asko ikusten dutenen artean, eta baita gutxiago ikusten dutenen artean ere. Edozelan ere edukien inguruan kokatzen dituzte gazteek telebistak jasan dituen aldaketa nabarmenenak. Sekula baino telesail gehiago eskaintzen direla uste dute adibidez, eta *Sálvame* estiloko programak ia-programazio osoa hartzera arte zabaltzeko direla salatzen dute, sarri arratsalde guztian aukera bakarra mota horretako “telezarama” delarik:

*MU 21 E: Bai, oin ez dauelako ezer interesanterik, esan deuen, lehen gehiau eta oain ya bakarrik dau edo arratsalde guztie, hasten da lauretan *Sálvame* eta zortzietan akabetan da.*

MU 25 G: Bai, gauen lau ordutan be kaka botaten dabe, ez dau zereginik. Zetaz ingo dozu berba? Lau orduten.

Zentzu horretan kritiko agertzen dira LTD-ak ekarri duen kate-ugaritasunarekin, ustezko ugaritasunaren atzean kalitate eskaseko betelana somatzen dutelako. Ez dira denak erabat ezkorrak hala ere, beste parte-hartzaile batek onartzen du telebistan aldaketa eman dela, eta ez dela dena onerako izan, baina informaziorako aukera (aukera, ez bermea) handiagoa dagoela uste du ikus-entzulearen eskura.

Helduak 1 taldean entretenimendua eta informazioa dira gehien aipatzen diren bi ardatzak, konpainia edo laguntasuna egitearekin batera. Ez dute argi, telebistarik gabe “bizi ahal” izango ote liratekeen, nahiz eta argi duten beste elektrotresna batzuk (“labadorie”, “telefonue”...) askoz garrantzitsuagoak zaizkiela egunerokotasunean.

BE 40 E b: Niri konpanixe eitten dozt. Nire lagune.

BE 37 E: Niretzako, gaur egun lo eitzeko modu bet.

BE 41 E: Entretenimiento e información.

BE 40 E: Laguntzino bat. Al naz bizi igual telebisino barik? Ba igual ez, neure etxien. Etxe baten al nai egon. ba igual ez dakizu zelan deskribidu, no? Al naz bizi telebisino barik? Ez dot pentzaten.

BE 41 E: Neuk bez.

Oro har telebista ez da informazio iturri nagusi bezala hartzen, eta informatzerako orduan parte-hartzaile batzuk argi diote nahiago dutela internetetik nabigatu, telebista ikusi baino; baina telebistak etxean laguntasuna emateko eta entretenimendua eskaintzeko lehen irratiak zuen papera (eta nolabait baita tokia ere, sukaldetik egongelara pasatu den arren) bereganatu dutela ere uste dute:

MU 58 G: Niretzat da entretenimenttu bet.

MU 55 E: Bai.

MU 51 E: Entrenimiento, bai. Antxinen irratia sukaldean zen bezala, ba gaur egun salan da telebista, bainan.

MU 58 G: Entretenimenttu bet, eh.

MU 56 E: Da zeozer laguntzino eitteko, bakarrik bazaoz edo zaoz.

MU 55 E: Laguntzino edo.

MU 51 E: Konpainia, bai.

Parte-hartzaile baten ustez telebista beti egon da aldaketan murgilduta eta egungo aukera digitalen eta sareak beste aldaketa prozesu batean murgildu dute telebista, non beste behin ere bere burua berrasmatzen jakingo duen:

LA 40 G: Orain internetek, internet aldatzen ari da, eta funtsean, ba, emisio sistemak, hau, beste, berdin da TDT izan, edo antena bidez izan edo, bale, hor eman da. baina aldatu baino, eguneratu. (...) aina bere hegemonia hori mantentzen du eta medio potentea denez, (...) ba asmatzen du eta berrasmatzen du bere burua.

Telebistaren teknologia ez ezik, telebista ikusteko moduak eta ohiturak ere “eguneratzen” ari direla uste du, zentzu horretan, eta prozesu horretan etorkizuneko telebistaren gako garrantzitsu bat orain ere zabaltzen ari den norberak ikusi nahi duen edukia nahi duenean ikusteko aukera egongo dela azpimarratzen du.

Helduak 2 adin-taldeko parte-hartzaileen ustez telebistaren aldaketa nagusia urrutiko kontrolak ekarri zuen, bestelakoan telebistak bere horretan eutsi dio bere muinean. Kate gehiago dago, behar bada orain entretenimenduzko saio gehiago aurkitzen dira (“konkurso

askosaz gehiago dago”) baina oro har kate guztiak antzerakoak direla uste dute (“botatzen dute gauza bera”):

SA 52 G: Nik uste dut aldatu dala mando a distancia existitzen denetik igual.

SA 57 G: Bai, UHF eta bestea zegoenean. (BARRE)

SA 53 G: Baina programak eta, eskemak, ez. Eskemak ia-ia berdinak dira, albisteak, dokumentalak, pelikulak, marrazki bizidunak umeentzako, eta hor TDTn daukazu ya tematikoak eta hori, ez? Baina.

Parte-hartzaile batzuen ustez, telebista bera da telebistaren menpe dagoen lehenengoa, programazio eta kontraprogramazio jokoan erortzen direlako kateak, eta azkenean antzekoak bihurtzen dira guztiak. Espezializazioa, tematizazioa eta editorializazioa aipatu eta onartzen dituzten arren, azkenean denek antzerakoa eskaintzen dutela uste dute:

SA 52 G b: Eskema beti. Astean hiru, lau bidar gauean pelikula bat, zuk botatzen baduzu, bestea be bai, eta contraprogramación, es que hori da, kanal tematikoak umearenak badaude, eta orduan marrazki bizidunak ipintzen dute kanal horretan. Orduan, kirola., egun batzuk kirolak daudenak, eta aste barruan zerbait berezia badago, ba bueno, ba ematen dute kirola. Es que, es que.

Aldaketa, egotekotan, txarrera izan dela uste dute oro har. Teknikoki aurrerapenak eman diren arren, edukia ez da hobetu. Eztabaida programetan adibidez gogor kritikatzten dute tertuliano profesionalen presentzia, gaiari buruz espezializatuta egon ez arren iritzia eman eta sortzen dutelako. Aldaketarako aukera ikusten dute aldiz “a la carta” kontsumoan, internet bidez telebistako edukiak nahi eran aukeratu eta ikusteak bestelako telebista bat ahalbidetzen duelako. Baina aldi berean ohartzen dira horrek gazteak telebistatik aldentzen dituenaz, eta horrek familia banatu egiten duenaz, lehen denek elkarrekin ikusten bazuten, egun bakoitzak berea ikusteko joera ikusten dutelako.

Zentzu horretan telebistaren inguruan eman den aldaketa hau, teknologikoa ez ezik, gizarte mailakoa ere badela uste dute. Gazteek euren logelan ordenagailua izateak adibidez, haien gaztaroko garaiarekin zerikusirik ez duela onartzen dute: lehen etxekoak ez ezik auzokoak biltzen baziren telebistaren inguruan programa bera ikusten, egun ikus-entzuleak askoz indibidualistagoak direla uste dute, eta aldi berean beste mila aukera dituzte eskura (txat-a, webguneak...). Eszenatoki berrian, telebistarik (eta irudi emanaldirik) gabe bizi izandakoen artean telebistak lehen eragiten zuen “lilura” galdu egin duela uste du parte-hartzaile batek:

SA 50 E: ... nik gogoratzen naiz telebista noiz heldu zen etxera, suposatzen dut zuek ere, telebistarik gabe bizi izan gara, (...) eta gogoratzen naiz kale osoan telebista zeudela hiru edo lau, eta elkartzen ginen, ez familia, kale guztia etxean, sukaldean, noski, etxeko sukaldean, sutondoan, eta danak jesarrita. Ni hori, bueno, bizi-bizirik daukat hori. Eta orduan bai bizi zenuen, baina ez dakit programak hobeagoak ziren, ez dut uste. Beste gauza bat zen lilura, zela gauza bat, eta imajina, imajinarekin. Es que gu ez gara jaio imajinarekin...

Amaitzeko, nagusien adin-taldeko parte-hartzaile askoren ustez lehen “polittau euen” telebista. Egungo telebista asko apreziatzen duten arren, aurrerago ere aipatu den bezala saio batzuetan gonbidatuak “beti hasarre ta txarto berba eiten” dabiltzanaz kexu dira, eta nolabaiteko nostalgia bat adierazten dute “ordu” telebistagatik. Eztabaida saioak erruz jarraitzen dituzten arren, bertako gonbidatuen arteko edukazio falta gero eta handiagoa denaz kexu dira, sarri:

LE 78 E: Hori. Baina ez deusie ipinten bardin! Esan dotzat, ointxen dekozu txarra. "Oye Paloma, cállate que no es tu esto. Que no es tu tiempo." Erderie eitten dabelez, ba erdera horrerri. Peni da e? Peni da. Badinotsut, ba, on aspaldixon baina sasoi baten asko galdute egon da e?

Garai batean kate zehatz batzuetan aurkitzen zen estilo zabar hori (*Telecincon*, batez ere) orain kate guztietara zabaldu dela uste dute, baita *Euskal Telebistara* ere. Askok aintzinako filme eta saioak (“Firin Faran”...) botatzen dituzte faltan, eta filmak berez, lehen baino gehiago ematen dituztela onartu arren, faltan botatzen dira bakeroen filmak, “Bigarren kanalien” (*ETB2n*) oraindik ere botatzen dituzten arren:

AU 71 G: Baina harek bakerunak, harek mexikanadak eta. harek alegriek, esan gurot e. Niri asko gustetan jaztez. Baina oin ez da. lehen hortxe, bigarren kanalien.

AU 75 E: Arratsaldien bai e? Arratsaldien bai.

AU 71 G: Horixe zerak emoten dau, horretxek, segunda cadenakoak horixe, ostantzien bestiek e.

Telebista kenduko ote luketen galdetuta, baten batek baietz dio, arazorik gabe (egun ere oso kasu gutxi egiten dio telebistari), baina orokorrean denek nahi dute telebista etxean, gehienetan irratiarekin batera. Gainera, iloba txikiak dituztenen kasuan argi dute telebista ezinbestekoa dutela, eta haiek baino hobeto darabiltzatela telebistaren kontrolak:

AU 77 G: Derrigor biduz honek telebisino zerak, umien telebisinoa ipini bidozu.

BESTEAK: A, klaro klaro klaro

AU 77 G: Sei urteko lobie, da hark derrigor telebisino bi deu, ta beren lau programa edo bost programak dauzenak horrek.

AU 85 E: Da zortzikue etorten danin gurera, ni telebisinoien banau zer bat ikusten, neuk be ez dakittela kanbixetan dozte telebisinoie berak gure dabenak ikusteko. Neuk be ez dakit, ene!

5.3.6. TELEBISTA IDEALA: TELEBISTA PERFEKTURANTZ

“Telebista ideala” kode fokalizatuan bildu dira telebista ideala nolakoa litzatekeenari buruzko galderak, eta egungo telebistak telebista perfektu honengandik agertzen duen distantzia eta ezberdintasunari buruzkoak.

Telebista idealari buruz galdetuta, *EiTB* nahi bezala antolatzeke aukera balute eduki zehatz batzuen alde egingo lukete elkarriketatutako gazteek, beste ezer baino lehen (hau da, gehien ikusten dituzten saio motak ikusi nahi dituzte *Euskal Telebistan*):

MU 25 G: Futbola, ziklismo ta. Ziklismo, futbola eta Teleberri, bueno Teleberri edo notiziek ta. Eske es dau gauza handirik ez.

MU 21 E B: Ba realityren bat, eta gero.

Beste kasu batean albistegietan bertoko kirolari tarde handiagoa eman eta euskerazko telesail on baten alde egitea aipatzen da, kate bat nahi bezala eratzeko aukera izanez gero. Euskalkiek telebistan eta bereziki tokiko telebistan izan beharko luketen lekuari buruz galdetuta, aldiz bizkaiera jasoaren alde egiten du:

BI 29 E: (...) Da hor bai, bai eitxen da ingeruko euskera, apur bet jasoa izan behar deu, bizkaiera jasoa. Ostantzien ba azkenien gure dogune eitxen doguleko, baie. bai. Da telebisinoan seguru egongo dala moduren bat hori eitxeko. Nafarreraz eitxeko zera badau, bizkaieraz zegatxik ez! Ez dakitx zer dekien bizkaieragaz baie. (barre).

Helduak 1 taldean ez dago adostasunik telebista ideal batek izan beharko lituzkeen, eta izan behar ez lituzkeen ezaugarrien inguruan. Publizitateak izan behar lukeen paperari buruz adibidez oso iritzi ezberdinak ageri dira: batzuek guztiz edo ia-gustiz kenduko lukete publizitatea telebistatik, baina beste batzuek gustoko dituzte iragarkiak eurek ("programa bat emoten izen dabien, zelan dauen e festibal bat, propagandana") eta telebista ikusterako orduan abantaila eskaintzen dutela uste dute, mahaia jasotzeko adibidez filme edo saioren baten erdian datozenean. Reality-en inguruan ere eztabaida dago, baten batek denak kenduko lituzkeen artean, beste batzuek uste dute jende askok gustora jarraitzen dituela.

Filme berriak hainbeste itxaron gabe eta norberak nahi duenean ("tele a la carta") aukeratuta ikusteko aukera aipatzen da, eta ados agertzen dira oso aukera interesgarria izango litzatekeenarekin. Gainera norberak eduki zehatzak aukeratu ahal izateak sarri hainbeste kateren artean ezer aurkitu ezin izatearen frustrazioa saihestuko lukeela aipatzen da.

BI 37 G: Jo, ba nik pelikulek segiduen, onak. Urteten daurienak, pla! Pantailan! Segiduen. "Nada de esperar seis meses". Zuzenien gure dot ikusi.

BI 43 E: Ba. nahi dozuna eskatu. Gure dot pelikula bat ez dakit ze pelikule, pum, eta agertzen da.

BI 50 E: "A la carta"

BI 43 E: A la carta! Tele a la carta!

BI 47 E: Bai bai. Bai, conforme nau zugaz (barre).

BI 39 G B: Klaro, heltzea etxera eta esatea, "gaur ikusiko dut klasiko bat" ezta? Edo "ez, ikusiko dot teleberria" edo "ikusiko dot.

Euskararen tokiari buruz galdetuta, euskaldun zaharrak izan arren parte-hartzaile batzuek aitortzen dute errazago ikusten dutela telebista erdaraz, edukiaren arabera. Batueraz izateak

ere oztopoa suposatu dezakeela uste dute belaunaldi nagusiagoentzat (“nire gurasuek ez dabe ulertuten”), eta telebistan bizkaiera hurbilago batek presentzia izatea positiboki baloratuko lukete:

BE 41 E: Ba niri bai. Da informatiboak be ez dazte inporta euskeraz ikustie. Baie beste gauze batzuk. pelikulek.

BE 40 E: Baia iguel da lehen esan dogune bebai ez? Honek hirurek ikesi dabie euskeraz.

BE 40 E b: Gure generazino erderazko izen da. Gu erderaz hazi gara.

BE 40 E: Dana. Telebisinue erderaz izan da.

BE 40 E b: Ikasketak bebai.

Helduak 2 adin-taldean berriz “a la carta” telebistaren beste adiera bat azaltzen da, etxean telebista aparailu ugari daudenean norberak berea ikusten duelako, eta hartara ez delako ez ikusiko dena negoziatzen, ez eta ikusten denari buruz hitzegiten. Aldiz, aparailu berean edukia aukeratzea ondo ikusten dute oro har, programazioa eta ordutegia ikus-entzuleen esku egotea, kateen programatzaileen esku egon beharrean:

LE 53 E: Ideala izango litzateke bat komentatu danon artian.

LE 52 E: Adostuta dagon programazino bat. Baina klaro, hori bez ez da erreza.

LE 54 E: Ez. birtual! Niretzako birtual izango zan. Ni hor sei t'erdixetan jesarten naz telebistan eta “ene, gaur ez dot ikusi notiziya, zer pasa da?”, bueno ba, oin nahi dot notizixak, tak! emon botoiari.

LE 52 E: Emon eta notiziak.

LE 54 E: . on nahi dot pelikula bat, eta ez dot nahi hamaiketan hastia pelikulia, nahi dot bederatzi t'erdixetan hastie pelikulia, emon eta tak, eta ikustia.

LE 57 G: Hori laster emongo da.

Telebistako saioetan parte-hartzeko aukera ere interesgarri zaie, zuzeneko emanaldietan interaktibitate handiagoa izan dezan telebistak, baina gehiago interesatzen zaie emandako edukiak, direla filmak, telesailak, albistegiak edo meza, norberak nahi duenean ikusi ahal izatea.

Nagusien adin-taldean aldiz garrantzia handiagoa eman zaio entretenimenduzko edukiei: norberak gustuko dituen edukiak gehiago ikusi nahi lituzke telebistan adin-talde honetan; filmak (batez ere “bakeradak”), kirolak (batez ere futbola eta txirrindularitza aipatzen dira), albistegiak, lehiaketak...

LEZ 67 E: Ez dakit. Konkursoko gauzek izengo liteke “el no va más”, ezdakizu? Eta gero hori, esan dotzut, pelikulek, baina espezialak. Apurtxu bet. eta ez dakit. Eta albisteak, eta albisteak. Hori, hori da niretzat, hori.

Aldiz gaurkotasun politikoaren inguruan iritzi ezberdinak daude; batzuek eztabaida politikoetan interesa duten arren (“mundu honetan dana jakin bi da eh?”) beste batzuek politika errespeturik gabeko eztabaida antzuekin lotzen dute, eta ez liokete lekuri emango telebista ideal batetan. Hala ere eztabaida politikoan euskaldunen artean beste estilo bat

nabaritzen da oro har, nahiz eta hor ere hikamikak somatu. Egoitzan elkarriketatutako parte-hartzaileen kasuan, euskera gehiago botatzen dute faltan telebistan, batez ere inguru hurbilean, egoitza barruan, euskera gutxi entzuteko aukera dutelako.

Telebistako euskarari buruz galdetuta berriz, ondo ulertzen dela deritzote, nahiz ta onartu euskera ezberdinak daudela, eta norberak ere ahalegina egin behar duela batzuetan telebistako euskara jasoa ulertzeko:

BI 83 E: Oin euskeriek diferentiek die eh?

BI 88 G d: Euskera. batua, bermeokoa diferentia, batua diferentea. (...)Norberak be ondo jakin bi deu euskeraz, telebisinoie ondo hartzeko. ondo hartzeko telebisinoie norberak be jakin. Norberak ondo ez badaki, harek esaten danak entendidu ez, aittu ez!

Beste kasuren batean onartzen da erderaz errazago jarraitzen direla telebistako edukiak euskaraz baino, batueraz dauden saioak sarritan testuinguruan bakarrik ulertzen direlako. Zentzu horretan, telebista bizkaieraz jarraitu ahal izatea eskertuko luke:

LEZ 67 E: Bardin. pasetan dana da, oingo euskerea, batua dalez, ni enaz e. ez dot ulertuten, eske. Goenkalen be pasetan jate, berba batzuk ezin ulertu. (...) Bakarrik osea, e, enteretan zara gestoengatik edo, gitxi gora behera badakizu zer dinon, eztakizu? Por intuición edo. badakizu zer dinon, baina ostantzean ez dot ulertuten. Ez, keba, ez, ez.

5.4. LABURBILDUZ: ADIN-TALDEEN TELEBISTAREKIKO HARREMANAK SINTESIAN

Bostgarren kapitulu honetan adin-taldeen arteko berdintasun eta ezberdintasunak identifikatu aldera landa lanean zehar eztabaida talde eta sakoneko elkarriketen bidez jasotako informazioa modu egituratu eta sistematikoan aurkeztu dugu, aldizko, astizko eta aisiazko kontzeptuei erreparatuz.

Aldizko kontzeptuetan telebistarekin lotutako jarduerak espazio eta denbora koordinatuetan hartzen duten kokapenak aztertu ditugu: telebista ikusten den ala ez eta noiz, telebista asko edo gutxi ikusten ote den, non dauden ikusten diren telebistak eta zein eragin duen honek ohituretan, zeinek diren erreferentziazko kateak edo kanalak (gustokoak zein gorrotatuak direnak), konpainian ikusten den telebista eta telebistak egiten duen konpainia, telebistaren bidez eskuratu eta jarraitzen diren edukiak, telebistari egiten zaion kasua, telebista hizketagai bihurtzen denean, zapping egitea, telebistaren ondoko komunikazio teknologiak, lineako telebista eta ordaindutako telebista. Hartara, aldizko kontzeptuetan telebista

ikustearen denborak ezezik, harekin harremana duten beste jarduerak ere jaso ditugu, bere aldaera objektibo eta subjektiboetan.

Astiazko kontzeptuetan berriz norberaren eskura dagoen denbora librearen inguruko kontakizunak bildu ditugu, telebistarekin modu batera edo bestera lotuta agertzen den artikulatzeko edo artikulatzeke dagoen esparru tenporalari buruzko esperientzia eta bizipenak: norbere astialdia eta telebistarekin duen harremana, telebistaren garrantzia norberaren astialdian, telebistaldia denbora tarte berezko eta berezi bezala eta lan eta jai egunetan telebistarekin izaten den harremana. Honela pertsonaren askatasun erlatiboaren (eta sumatuaren) esparru tenporalaren eta telebistaren arteko loturak esploratu ditugu

Aisiazko kontzeptuei dagokienean berriz, subjektuaren bizipena, esperientzia eta ulermena lehenetsi nahi izan ditugu: telebista ulertzeko moduak, telebistaren balorazioa, telebistarekin lotutako emozio eta bizipenak, telebistaren definizioak eta telebista idealak. Material, sozial eta historikoki kokatuta eta mugatutako ezaugarri objektiboen bizipen subjektibo eta pertsonalak jaso ditugu horrela, telebistaren eguneroko agerpenen aisiazko interpretazioa.

Tesiaren bigarren atalarekin amaituta, ondoren hirugarren atalari helduko zaio, proposamen teoriokoari alegia, telebistaren aisiazko harremanen ereduen esplikatio-interpretatiboa eraikitze aldera.

HIRUGARREN ATALA. PROPOSAMEN TEORIKOA

EDUKIAK

- 5. KAPITULUA. TELEBISTAREKIKO AISIAZKO HARREMANAK: EREDU
ESPLIKATIBO-INTERPRETATIBOA.**
- 5.1. TELEBISTAREN ESPERIENTZIEN AISIAZKO KARAKTERIZAZIO
OROKORRA**
- 5.2. ADIN-TALDEEK TELEBISTAREKIKO HARREMANEN
KARAKTERIZAZIOA**
- 5.3. ADIN-TALDE ETA BELAUNALDIEN ARTEKO HARREMANA**
- 5.4. KASU AZTERKETAREN EREDU ESPLIKATIBO-INTERPRETATIBOA**
- 5.5. LABURBILDUZ**

I wrote my article, because I wanted to know.

Stuart hall, The Big Swipe

VI. KAPITULUA. TELEBISTAREKIKO AISIAZKO HARREMANAK: EREDU ESPLIKATIBO-INTERPRETATIBOA

Adin-taldeen kontzeptuzko analisisian landa lanean aztertutako adin-taldeen deskribapen fokalizatu eta ahalik eta osoena aurkeztu dugu, begirada deduktiboari jarraiki. Kapitulu honetan berriz interpretazioa izango dugu jomuga, deskribapena beharrean. Helburua, hortaz, ikerketaren galdera eta helburuei erantzun diezaiokeen datuetan funtsatutako azalpen teorikoa, eredu esplikatibo-interpretatiboa, josi eta aurkeztea da. Izan ere, ikerketa kualitatiboan sarri esanahia datuetan bere horretan aurkitu edo ikusten saiatu beharrean, askoz eraginkorragoa izan ohi da datuek ulertzera eraman gaitzaketen esanahia konposatzea.

Esanahi oro aurkitua baino eraikia dela onartzetik abiatuta, jasotako informazioa modu ordenatu eta sistematikoan antolatu eta aurkeztetik informazio honen interpretazioa modu koherentean eraikitzea igarotzea da kapitulu honen erronka eta hari gidaria. Xede horri begira bi azterketa estrategia osagarri baina ezberdin integratu ditugu kapitulu honetan: begirada induktiboa⁵⁰⁵ eta begirada abduktiboa⁵⁰⁶.

Kapitulu honen lehen zatian telebistaren esperientzien aisiazko karakterizazio orokorra landu dugu, aisia humanistaren lau koordenatuak ardatz harturik telebistaren aisiazko izaera anitza jasotzeko eta adin-taldeen telebistarekiko aisiazko esperientzien ezaugarri orokorrak aurkezteko. Jarraian, adin-taldeen telebistarekiko harremanean agertu dituzten berezko nolakotasunak bildu ditugu, hauen araberrako karakterizazioa proposatzeko. Hirugarren, adin-talde eta belaunaldien arteko zeresana aztertu dugu, emic eta etic ikuspuntuetatik, eta bi kontzeptuek telebistarekiko aisiazko harremanean elkarrekiko duten garrantzia aztertu dugu.

Azkenik, kasu azterketaren eredu esplikatibo-interpretatiboa osatu dugu, telebistarekiko aisiazko harremanen kategorizazio orokorra proposatuz eta telebistaren aisiazko ontologia batetarako hipotesi esplikatiboa marraztuz.

⁵⁰⁵ Ikus "In vivo kodeketa" 4. kapitulan.

⁵⁰⁶ Ikus "Triangulazioa eta eredu esplikatibo-interpretatiboa", 4. kapitulan.

6.1. TELEBISTAREN ESPERIENTZIEN AISIAZKO KARAKTERIZAZIO OROKORRA.

Lan honetan jarraitu dugun telebistaren ikuspegi agnostikotik telebista gauza asko izan daiteke pertsona ezberdinentzat; errealitate anitz adierazten ditu, bai telebistak, eta bai telebista ikusteak⁵⁰⁷. Aurreko kapituluetan telebistaren entitatearen hainbat aurpegi aztertu ditugu: gailu teknologiko, sistema industrial, erakunde sozial, aisiazko baliabide zein ikus-entzuleriaren ekoizpen eta banaketarako merkatu legez dituen izakitasunak. Izate konplexu, dimentsio anitzeko, iragazkor eta problematikoa duela ikusi dugu, are gehiago digitalizazio eta bateratze multimediararen eta digitalizazioaren aroan⁵⁰⁸.

Hori dela eta, bereziki interesgarria zaigu telebista aisiaren esperientziaren ikuspegitik aztertzea, adin ezberdinetako pertsonen egunerokotasunean telebistak hartzen duen tokia ezagutu eta gure garaiko telebistaren aisiazko ontologia bat burutzeko. Telebistaren izate anitz honen neurria hartu eta alderagarria den sistematizazio egin ahal izateko ondorengo orrialdeetan telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien karakterizazioa proposatuko dugu, aisiaren koordinatuen eta adin-taldearen arabera. Horretarako parte-hartzaileen idatzizko eta ahozko kontakizunetik abiatuko gara, telebistarekiko aisiazko esperientzien ezaugarri berezi eta bereizgarrien bila.

Telebistaren izaerari buruzko abiapuntu agnostiko horretatik, eta kasu azterketaren eredu esplikatibo-interpretatiboa burutu ahal izateko⁵⁰⁹ teknika eta azterketa-begirada ezberdinak baliatu dira, ikergaiaren ezagutzan aurrera egite aldera⁵¹⁰. Triangulazio metodologikoaren baitan landu diren hiru teknikak, telebistarekiko aisiazko harremanaren bi kontaketa modu ezberdin ahalbidetu dituzte: ahozkoa Eztabaida Talde eta Sakoneko Elkarrizketetan, eta idatzizkoa parte-hartzaileei saioaren amaieran betetzeko eskatu zaizkien fitxetan.

Atal honetan bi kontaketen arteko uztarketa landuko da. Hala, Eztabaida Talde eta Sakoneko Elkarrizketetako parte-hartzaileen telebistarekin lotutako aisiazko esperientziei buruzko idatzizko eta ahozko kontakizunak aztertu eta alderatu dira. Horretarako telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien koordinatuen karakterizazio orokor bat burutuko dugu lehenengo, eta adin taldeen arteko alderaketa partikularragoa ondoren.

⁵⁰⁷ Ikus "Zer da telebista (ikustea)?" atala bigarren kapituluaren.

⁵⁰⁸ Ikus 2. Kapituluak: Telebista komunikabideen ekosisteman.

⁵⁰⁹ 4. kapituluaren amaieran adierazitako ZER(GATIK) galdera bikotzairi erantzuteko asmoz,

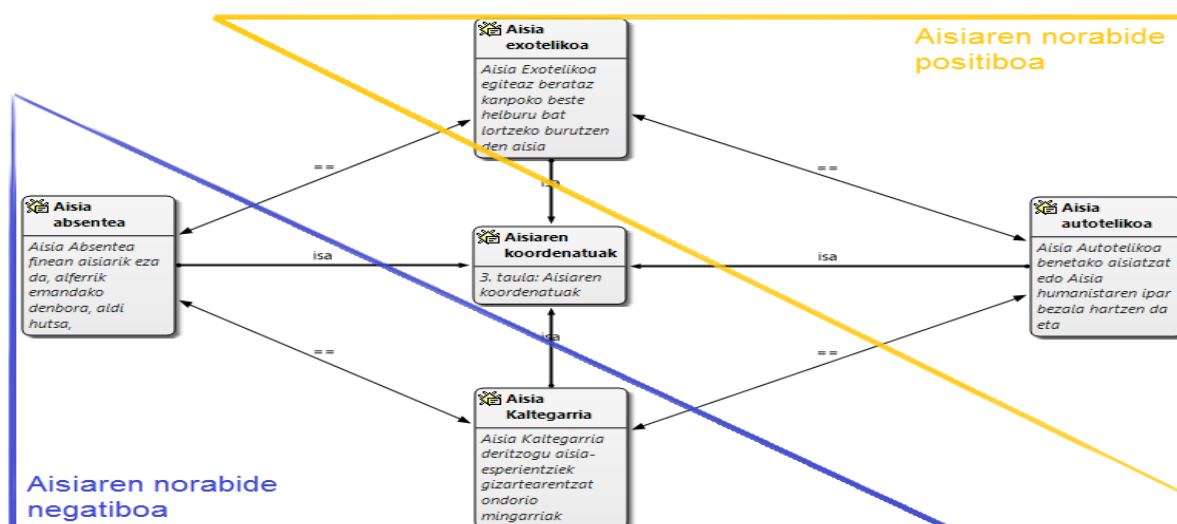
⁵¹⁰ Ikus 4. Kapituluaren "Triangulazioa eta eredu esplikatibo-interpretatiboa" eta "Hurrengo kapituluak eta hiru azterketa-begiradak."

6.1.1. AISIAREN KOORDENATUAK ETA TELEBISTAREN ESPERIENTZIA.

Puntu honetara helduta gogoratu behar da aisia humanistaren teoriaren baitan aisiaren koordinatuak (autotelikoa, exotelikoa, absentea eta kaltegarria) aisiaren gauzapeanaren esparru ezberdinak direla, aisiazko bizipen ezberdinarekin lotuta daudenak, eta telebistarekin lotutako aisiaren eta aisiazko esperientzien ezagutza eta sailkapena orientatu eta errazten lagun diezaguketenak⁵¹¹. Errealitate esparru isolatuak izatetik urrun, elkarrekin harremanean eta sarri nahastuta agertzen dira aisiaren gauzapean bezala. Aparteko edo gailurtzat hartzen ditugun esperientzien kasuan, zein eguneroko esperientzian eta egunerokotasunaren esperientzian, aisiazko esperientziak lau koordinatuen zantzuaren agertu ohi ditu.

Zentzu horretan bereziki interesgarria da koordinatuen araberrako telebistaren esperientziaren karakterizazioa egitea pertsonen egunerokoan telebistak hartzen duen papera aztertu eta telebistak aisiazko artefaktu bezala hartzen dituen aurpegi ezberdinak ezagutzeko. Aisiaren bizipen-esparru ezberdin baina interkonektatuak diren heinean aisiaren koordinatuak telebistarekin lotutako eguneroko aisiazko esperientzien erretratua burutzen lagungarri zaizkigu. Telebista parte-hartzaileen perspektibatik aisiazko terminoetan azaltzen eta interpretatzea ez ezik, adin-taldeak haien artean alderatzea ahalbidetzen digute. 38. irudian ikus daitekeen bezala, elkarrekin harremana duten (= =) eta aldi berean *Aisiaren Koordinatuak* kategoriaren parte diren (isa) kode teoriko bezala erabili dira lan honetan. Aisia absenteak eta kaltegarriak aisiaren norabide negatiboa osatzen dute, eta aisia exotelikoa eta autotelikoa berriz, positiboa:

38. IRUDIA: AISIAREN KOORDENATUAK ETA NORABIDEAK- SARE BISTA (ATLAS.TI)



Iturria: norberak egina (cf. Cuenca, 2000)

⁵¹¹ Koordinatuen inguruko azalpen osoago baterako ikus "Aisiaren koordinatuak" atala, 1. kapitulan.

Telebistarekin lotutako aisiaren lau koordinatuei buruz galdetzeko zeharkako bide bat erabili da talde-eztabaidetan eta elkarrizketetan: behin saioak amaituta parte-hartzaileei betetzeko eskatu zaizkien fitxak⁵¹². Fitxa hauetako azken ariketan hamabi esaldiren artean lau aukeratzeko eskatu zaie parte-hartzaileei, eta lau esaldi hauek garrantziaren arabera ordenatzeko, 1-etik 4-ra. Horrela, aisiaren koordinatu bakoitzarekin lotutako hiruna esaldi aurkeztu dira, guztira hamabi osatzeraino.

Parte-hartzaileen erantzunak ez baldintzatzeko ausazko hurrenkera batean aurkeztu zaizkien arren, 22. Taulak eskainitako 12 esaldiak jasotzen ditu, islatzen dituzten aisiaren koordinatuen arabera antolatuta (kolore horiz norabide positibodun bi koordinatuak jasotzen dira, eta urdinez norabide negatibokoak):

22. TAULA: AISIAREN KOORDENATUAK ETA AUKERATU ETA ORDENATZEKO PROPOSATUTAKO ESALDIK (PARTE-HARTZAILEEN FITXA)

Aisia autotelikoa A	• Gustatu egiten zait telebista. • Nahi dudana aurkitzen dut telebistan. • Atsegina da telebista ikustea.
Aisia exotelikoa E	• Telebistak munduaren berri ematen dit. • Ikasi egiten dut telebistarekin. • Telebista erabilgarria/baliagarria da.
Aisia absentea A	• Aspertuta nagoenean jartzen dut telebista. • Telebistak aspertu egiten nau. • Denbora galtzea da telebista ikustea.
Aisia kaltegarria E	• Telebista adiktiboa da. • Telebista gehiegi ikusten dut. • Telebistak beste gauza batzuk egiteko denbora kentzen dit.

Iturria: norberak egina

Gogoratu beharrekoa da maila teorikoan aisia autotelikoa dimentsio ludikoa, sormen-dimentsioa, ekologia eta ingurumen-dimentsioa, jai-dimentsioa eta dimentsio solidarioarekin lotzen dela eta aisia exotelikoa berriz dimentsio produktiboa, kontsumozko dimentsioa, hezkuntza-dimentsioa, dimentsio terapeutikoa, dimentsio bereizgarria eta dimentsio alienagarriarekin. Aisia absentea berriz ezintasun eta ezgaitasunarekin lotzen da, eta aisia kaltegarria azkenik itxurazko askatasuna, instintuzkoa, adikzioa, ezegokitasuna eta legez kontrakotasunarekin⁵¹³.

Telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien ezaugarri bereizgarriak finkatuta, praktikan eta parte-hartzaileen idatzizko kontakizunean nola banatzen diren aztertuko dugu ondoren.

Aisiazko koordinatuekin lotutako baieztapenek orotara eta adin-taldeka jaso duten banaketa aztertu ahal izateko bi zenbaketa interpretatibo ezberdin burutu ditugu: maiztasuna eta

⁵¹² Ikus "Atal idatzia: hurbilketa egituratua (parte-hartzaileen fitxa)"4. Kapituluaren eta Eranskinak.

⁵¹³ Ikus "Aisiaren dimentsioak"1. kapituluaren.

garrantzia izenekin deskribatu ditugunak. Alde batetik 12 esaldietariko bakoitzaren maiztasuna neurtu da, hau da zenbat aldiz hautatu den (adin-talde bakoitzean eta orotara).

Bestetik, esaldi hauen eman zaien lehentasuna ere neurtu dugu, parte-hartzaileak esaldia lehenengo, bigarren, hirugarren edo laugarren postuan hautatu duen kontuan hartuz. *Garrantzia* deitu diogu neurketa honi, eta kalkulatu ahal izateko, lehenengo postuan kokatutako esaldiei 4 puntuko balioa eman zaio (4-tik 4), bigarren postuan kokatutakoei 3 puntu (4-tik 3), hirugarren postuan kokatutakoei 2 (4-tik 2), eta laugarren postuan kokatutakoei puntu bakarra (4-tik 1). Honek zutabe bakoitzaren amaieran eta adin taldeka koordinatu ezberdinek jasotako puntuazioak jasotzea ahalbidetu digu, koordinatu ezberdinek guztira eta adin-taldeka hartu duten pisua islatzen duen puntuazioa jasoz.

Orotara hartuta, parte-hartzaileek eztabaida talde eta sakoneko elkarrizketak burutu ostean erantzundako fitxetan jasotako esaldiekin hamabi koskako podium moduko bat osatuz gero, honako sailkapena azalduko litzaiguke, lehenengo postutik hamabigarrenera:

**23. TAULA: AISIAREN KOORDENATUEKIN LOTUTAKO ESALDIAK ETA GARRANTZIA OROTARA
(IDATZIZKO KONTAKETA)**

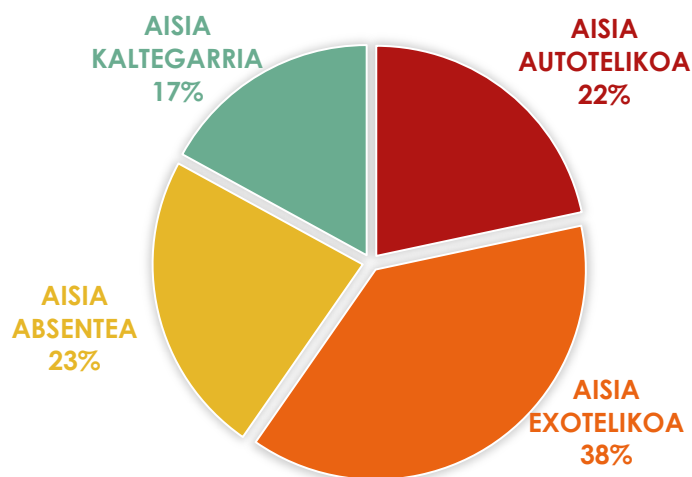
	Esaldiak	Garrantzia	Aisiaren koordinatua
1.	<i>Telebistak munduaren berri ematen dit</i>	98 (13 aldiz lehen postuan)	Exotelikoa
2.	<i>Aspertuta nagoenean jartzen dut telebista</i>	83 (10 aldiz lehen postuan)	Absentea
3.	<i>Telebista erabilgarria/baliagarria da</i>	81 (7 aldiz lehen postuan)	Exotelikoa
4.	<i>Atsegina da telebista ikustea</i>	56 (6 aldiz lehen postuan)	Autotelikoa
5.	<i>Ikasi egiten dut telebistarekin</i>	51 (3 aldiz lehen postuan)	Exotelikoa
6.	<i>Telebistak beste gauza batzuk egiteko denbora kentzen dit</i>	47 (6 aldiz lehen postuan)	Kaltegarria
7.	<i>Gustatu egiten zait telebista</i>	44 (7 aldiz lehen postuan)	Autotelikoa
8.	<i>Telebista adiktiboa da</i>	36 (3 aldiz lehen postuan)	Kaltegarria
9.	<i>Telebistak aspertu egiten nau</i>	33 (4 aldiz lehen postuan)	Absentea
10.	<i>Nahi dudana aurkitzen dut telebistan</i>	31 (4 aldiz lehen postuan)	Autotelikoa
11.	<i>Denbora galtzea da telebista ikustea</i>	25 (2 aldiz lehen postuan)	Absentea
12.	<i>Telebista gehiegi ikusten dut</i>	20 (2 aldiz lehen postuan)	Kaltegarria

Iturria: norberak egina

Kontuan hartu beharrekoa da edozelan ere 73 parte-hartzaileetatik 70ek bakarrik bete dutela parte-hartzaileen fitxa (eztabaida-taldetik arinago irten behar izan zutelako, ariketa ondo ulertu ez zutelako...), eta jasotako 70 erantzunetatik 63 bakarrik hartu direla ontzat. 7 kasutan jasotako erantzunak ez zirelako alderagarriak (kasu batzuetan esaldi guztiak puntuatu dira 1-etik 4ra, beste batzuetan “batzutan” edo “ez” erantzun zaio esaldi bakoitzari...).

Ontzat hartu dira nagusien adin-taldearen kasuan adostasun maila berarekin (denak 1) hautatutako esaldiak, hauek ere kenduz gero talde honetako erantzunik egongo ez litzatekeelako. Orotara hortaz, parte-hartzaile guztien %86aren lau koordinatuekin lotutako aukeraketen inguruko datuak jaso dira. 7. grafikoak aisiaren koordinatuek orotara hartu duten garrantzia erlatiboa jasotzen du, ehunekotan, eta adin-taldeen artean ezberdintasunik egin gabe.

7. GRAFIKOA: TELEBISTAREKIN LOTUTAKO AISIAREN KOORDENATUAK: GARRANTZIA ERLATIBOA OROTARA



Iturria: norberak egina

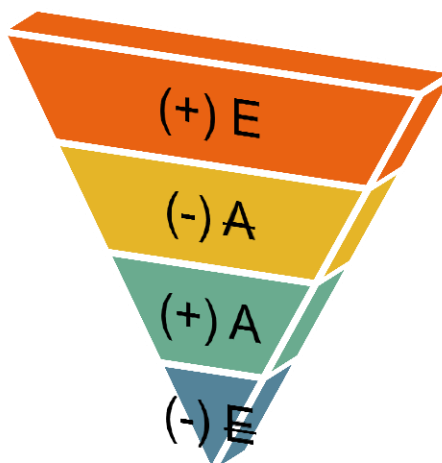
Aurreko irudiari erreparatuta argi eta garbi ikusten da telebistaren erabilera instrumental bat gailentzen dela: aisiaren koordinatu exotelikoa beste hiru koordinatuen gainetik aise kokatzen da %38ko garrantzia erlatiboarekin, eta aisia kaltegarriaren garrantzia (%17) bikoiztu baino gehiago egiten du. Telebistaren aisiazko karakterizazioa nagusia aisia exotelikoarekin lotuta ageri da beraz, parte-hartzaileen erantzunak osotasunean hartuta. 23. taulan jaso bezala, garrantziarik handiena jasotako lehen hiru esaldietatik bi aisia exotelikoari dagozkio: “Telebistak munduaren berri ematen dit” eta “Telebista erabilgarria/baliagarria da”.

Aisia absentea bigarren postuan kokatzen da telebistari lotutako aisiaren koordinatuei dagokien sailkapenean, %23ko garrantziarekin. Koordinatu honi dagokio, idatzizko erantzunei erreparatuta orotara bigarren esaldi garrantzitsuena gertatu dena: “Aspertuta nagoenean jartzen dut telebista”. Hirugarren tokian, eta ia aisia absentearen parean kokatzen da aisia autotelikoa %22ko garrantzia erlatiboarekin,. “Atseгина da telebista ikustea” da koordinatu honekin lotutako esaldirik garrantzitsuena, laugarren posizioan kokatzen dena parte-hartzaileek emandako garrantziari dagokionez.

Azkenik telebistarekin lotutako aisia kaltegarria kokatzen da %17-ko garrantzia erlatiboarekin, lau koordinatuetatik garrantzia txikiena hartzen duena. Koordinatu honekin lotutako esaldi garrantzitsuena, “Telebistak aspertu egiten nau”, 8. postuan kokatzen da. Garrantzia gutxien eman zaion esaldia ere, “Telebista gehiegi ikusten dut”, koordinatu honi dagokio (bi pertsonak bakarrik aukeratu dute esaldi hau lehenengo lekuan).

Interesgarria da aisiaren norabideari erreparatuta alternantzia erabatekoa azaleratzen dela telebistarekiko harremanean: positiboa lehenengo (exotelikoa, %38), negatiboa bigarren (absentea, %23), positiboa berriro ere hirugarren (autotelikoa, %22) eta azkenik negatiboa (kaltegarria, %17), 39. irudian ikus daitekeen bezala:

39. IRUDIA: TELEBISTA ETA AISIAREN NORABIDEAK: KATEGORIZAZIO OROKORRA.



Iturria: norberak egina

Grafikoki adierazita, eta parte-hartzaile guztien idatzizko erantzunak modu agregatuan hartuta, telebistaren aisiaren koordinatuen bidezko erretratuak alderantzizko piramidearen itxura hartzen du, exotelismoaren nagusitasun argiarekin gailurrean, eta aisia kaltegarritzko erpinarekin oinarrian. Tartean, eta ia-parekide, aisia absentea eta aisia autotelikoa, oreka zailean. Telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien metafora global adierazgarria osatzen du hartara.

“(+) / (-) / (+) / (-)”, positibo-negatibo txandakatze honek oso ondo jasotzen du Eztabaida Talde eta Sakoneko Elkarriketetan parte-hartzaile ezberdinengandik jasotako telebistarekiko jarrera anibalentea: “bai baina ez” eta “ez baina bai” bikote bikoitzarekin laburbildu daitezken harreman problematiko, konplexu, askotariko eta egunerokoa. Telebista zaleenek ere aitortzen dituzte arazo larriak, eta telebistarekiko kritikoenak diren jarrerek ere onartzen dizkiote balio positiboak. Orotara hartuta, beraz, lehenengo begiratu batean telebistaren

aisiazko kategorizazio orokorra zehaztubakoa eta anibalentea dela esan dezakegu, eta esplizituki konplexua sakonagoko esplorazioan.

Hurrengo orrialdeetan aisiaren koordinatuen karakterizazio orokorragoaren atzean dauden errealitate eta ñabardura horiek azaleratzen saiatuko gara, aisiaren koordinatuek, aisiaren gauzapeanaren esparru ezberdindu gisa, telebistarekiko hartzen dituzten formak eta ezaugarri berezkoak nabarmentzeko.

6.1.1.1. AISIA EXOTELIKOA

Telebistarekin lotutako aisiaren koordinatuen artean jaun eta jabe da aisia exotelikoa. Parte-hartzaileei aukeran emandakoen artean aisia exotelikoarekin lotutako hiru esaldiek (“Telebistak munduaren berri ematen dit”, “Telebista erabilgarria/baliagarria da” eta “Ikasi egiten dut telebistarekin”) garrantziaren %38a jaso dute (230 puntu orotara).

Gainera, aipatu beharrekoa da aisia exotelikoarekin lotutako esaldiek autotelikoarekin lotutakoek baino puntuazio altuagoak dituztela⁵¹⁴, eta hortaz telebistarekin lotutako norabide positibodun aisiaren erreferentzia ekidiezin bihurtzen zaigula:

1. “Telebistak munduaren berri ematen dit”: 98 (aukeran eskainitako hamabi esaldietatik puntuazio altuena lortzen duen esaldia).
2. “Telebista erabilgarria/baliagarria da (zerbaitetarako)”: 81 puntu.
3. “Ikasi egiten dut telebistarekin”: 51 puntu.

Lehenengo postuetan⁵¹⁵ (hau da, 4 puntu emanda) aukeratutako esaldiak kontatuta 13 aldiz aipatzen da “Telebistak munduaren berri ematen dit” esaldia (34 erantzunetatik guztira), 7 aldiz “Telebista erabilgarria/baliagarria da” (31 erantzunetatik, guztira) eta 3 aldiz “Ikasi egiten dut telebistarekin” (21 erantzunetatik, guztira).

Hala ere, telebistarekiko aisiazko esperientzien karakterizazio orokorrari begira telebistarekin lotutako aisia exotelikoa nolakoa den, zein ezaugarri agertzen dituen eta adin-talde ezberdinetan zein modutan agertzen zaigun interesatzen zaigu batez ere. Telebistarekin lotuta ageri den aisia exotelikoa nolakoa den, zein ezaugarri agertzen dituen eta adin-talde ezberdinetan zein modutan agertzen zaigun aztertuko dugu ondoren.

⁵¹⁴ Telebistarekin ikasteari dagokionak ezik, “atsegina da telebista ikustea” esaldiak baino pisu txikiagoa agertzen baitu.

⁵¹⁵ Hemen eta hurrengo orrialdeetan ematen diren datuei dagokienez, parte-hartzaileek fitxan emandako jatorrizko erantzunak (hau da, ponderatu gabeak) kontsultatzeko, ikus Eranskinetan “Aisiaren koordinatuak: parte hartzaileen jatorrizko erantzunak.”

Idatzizko kontakizunean munduaren berri izateak oso puntuazio altua jasotzen duen arren, eztabaida talde eta sakoneko elkarrizketetan jasotako ahozko kontakizunean telebistari egozten zaizkion eguneroko funtzionalitateak ezberdinak dira.

Deskonektatzeko eta deskantso denborak bilatu eta eraikitze funtzioa da telebistari buruz hitz egiterakoan gehien aipatzen den erabileretariko bat. Dela eguneko arduetatik edo asperduratik ihes egiteko, edo behin betebeharrak eginda atsedean hartzeko, telebistari paper garrantzitsua aitortzen zaio; atsedean hartzen lagundu baino, atsedean hartzeko aitzakia eskaintzen du telebistak:

DU 24 G b: Deskonexinue.

DU 21 E: Edo momento sofa, ez?

DU 24 G b: Bai, deskonexinue niretzako.

BI 39 G: Azkenean eh. momentu horretan zure burua bakarrik dago telean ikusten dan horretan pentzetan eta ba hori, ebasio antzeko sentsazio bat.

AL 27 E Irakurtzeak ahalegina da eskatzen duena, eta telebista ikusteak ez

AL 34 G Zuk esan duzuna ez? Ba gaez, nekatuta zaude, afaldu ta gero, tripa beteta, egun osoa lanean... Nahi duzuna da deskonektatu

BE 40 E: Bai erabiltzen dot ba igual siestie botateko.

Bestetik, telebistaren erabilgarritasuna eta baliagarritasuna norberaren helburu eta gaitasunaren arabera dela ere behin eta berriro agertzen den ideia da. Telebistaren erabilgarritasuna, bere potentzialtasuna, ikuslearen gaitasunaren eta jarreraren arabera dela onartzen da, bai norberaren kasuan, eta bai besteen (gazteagoen, zein zaharragoen) kasuan:

BE 41 E: Ez dinot txarra edo ona. Ez dinot txarra danik. Zertarko balixotzien. Zer al dabe ikasi.

DU 24 E: Eta zein da zure helburua? Ba Gran Hermanon sartzie eta.

SA 50 E: Nire gurasoak euskaldunak dira eta ikusten dute telebista, eta ez bakarrik ikusi, erabili!

Antzera gertatzen da telebista aparailuaren erabilera teknologikoekin: beharraren, gaitasunaren eta jarreraren arabera da bere erabilera. Adibidez, Lekeition irrati-harrera oso txarra denez, Lurrazaleko Telebista Digitala erabiltzen da irrati entzuteko, baita Santurtzin ere:

LE 53 E b: Guk eh telebisinoia erabiltzen dogu.

LE 52 G: Telebisinua ipini eta Euskadi Gaztea.

LE 59 G: Irratixa entzuteko. Klaro

LE 53 E: Oizmendi hori es que hemen ez da hartzen, Lekiton ez da hartzen.

SA 52 G: (.) nik esate baterako irratia entzuteko ere ya telebistan entzuten dut, orain TDTrekin ez daukagu irratirik, ipintzen dugu telebista zuzenean eta irratia entzuten ere bai, bueno, ya aparatua.

Munduaren berri izateari buruz berriz, albistegiak, eta azken aurrerapen zientifiko eta teknologikoen berri izatea ere baloratzen dira, egunerokotasunean txertatutako gaurkotze edo eguneratze erraz eta familiar bezala ulertuta:

BE 40 E: Da guk gero notizixek bebai asko eh? Mnduan zer pasaten dan. hombre, egunkarixe bebai irakurten du egun-egunien, baina barrixek eta apurtxu bat entzutie gustaten dazku bebai.

BI 75 G: Telebisinue dau etxien mundu guztiko barrixakin. Adelantuek. dauzenik eta adelanturik onenak danak urteten dittuek, telebisinuen.

Edozelan ere, telebistaren dimentsio informatibo hau zalantzan ere jartzen da, lehenago zuen erreferentzialtasun informatibo hori galdu balu, edo galtzen ari balitz bezala, beste hainbat informazio iturriekin lehian:

SA 56 E: Eta gauzak ikasteko, nire garaian, gauzak ikasteko, jakiteko, desberdinak, eta zuk ikusten zenuen, zuk esan duzuna, pues igual agertzen zen Madril telebistan, edo Paris, eta hori, eta orduan, bueno, gure mundua zen nahiko.

Laburbilduz, telebistarekiko aisia exotelikoa batez ere atsedenaldi eta ihesaldirako aukerarekin lotzen da oro har, eta baita intentsitate txikiko, edo ahalegin handirik eskatzen duen informazioa jasotze edo eguneratzearekin ere. Atsedeen hartzeko eta ardura eta asperretik alde egiteko aukerak eta aitzakiak eskaintzen ditu, eta egunerokotasunean txertatutako mundura irekitako leiho bat eskaintzen du:

SA 57 E: Ba, hainbat programa ikus al ditugu gure begiek zuzenean inoiz ikusiko ez dituzten gauzak, telebistaren bitartez ikusiko ditugu. Eta horrekin mundua zabaltzen da, eta pentsakerak, diferentek baita ere. Eta gustatzen bazaizu kotileoa ere, pues hor dago. Es que, gure bizitza, agian igual guztiz arruntak dira eta orduan, pues a ver horiek, beste batzuk, ez? Fantasiak, badakizu igual horiek ez dizutela zure bizitza aldatuko baina entretenitu bai eh? Edo horiek kritikatzeko edo elkarrizketak sortzeko baita ere.

6.1.1.2. AISIA ABSENTEA

Aisia absentea da telebistarekin lotutako aisiazko koordinatuen artean garrantzian bigarrena (%23arekin, 151 punturekin orotara). Koordinatu honekin lotutako hiru baieztapenei dagokienean berriz, gehien nabarmentzen den ideia asperguraren ondoko, asperdurak bultzatutako ekintza izatearena da:

1. “Aspertuta nagoenean jartzen dut telebista” da alde handiz pisu handiena hartzen duena, 83 punturekin.

2. “Denbora galtzea da telebista ikustea” 35 punturekin urrun gelditzen da aurrekoaren markatik.
3. Azkenik “Telebistak aspertu egiten nau” 33 punturekin ere alde handira kokatzen da.

Lehenengo postuan aukeratutako esaldien dagokienez, 10 aipamen jasotzen ditu “Aspertuta nagoenean jartzen dut telebista” baieztapenak (31 erantzunetik orotara), 4 “Telebistak aspertu egiten nau” esaldiak (13 erantzunetik, orotara) eta 2 bakarrik “Denbora galtzea da telebista ikustea” esaldiak (12 erantzunetik orotara). Interesgarria da lehen postuan aukeratutako esaldi hauek aztertzea, pertsona hauen telebistarekiko aisiazko esperientziaren erreferentzia nagusitzat uler baitaitezke. Hein horretan 16 pertsonarentzat (73tik), aisia absentearekin lotutako bizipenak dira telebistaren bereizgarri edo nolakotasun inportanteenak.

Aisia absentearen koordinatuak, telebistaren asperraldiarekiko, alferrik emandako denborarekiko, aisiazko benetako esperientziarik gabeko aldi hutsarekiko esperientziak biltzen ditu. Ez da horrenbeste telebista aspergarria suertatzen dela, baizik eta astia dagoenean eta harekin zer egin ondo jakiten ez denean berehala agertzen dela telebista eguneroko jardunean. Telebistak ez du asperraren aurreko berehalako konponbidea edo erremediorik eskaintzen derrigor (bigarren eta hirugarren postuan kokatutako esaldiek erakusten duten legez), baina hala ere distrakzio edo entretenimenduzko izaera hori, tarte hutsak betetzeko promesa horri eusten dio.

Nola, baina? Zein da telebistaren aisia absentezko esperientzia eta bizipenen mekanismoa? Galdera horiei erantzuteko parte-hartzaileen ahozko kontakizunera jo behar dugu. Oro har, hiru modu nagusitan egituratzen da telebistarekiko aisia absentea: asperraren aurkako sirena kantu gisa, denbora galtze ariketa bezala eta jardun aspergarri modura.

Lehenengo eta behin, eta beste ezeren gainetik, telebistak aspertzearen aurkako eta gogaitutasunaren aurrean irteera eskaintzen du: “ez dakittenean zer ein”, “Bai, holan, ez aspertuteko... Bai.”. Astialdia aisialdi bilakatzeko aukerarik aurkitzen ez denean sarri telebista azaltzen da: aisiarako baliabide falta somatzen denerako baliabide.

Baina telebistaren erreskate-lanak ez dira, noski, beti arrakastatsuak. Uhandre-kantaren lilurak ez du beti asperduraren pisu astuna uxatzen. Erakargarria suertatzen da, erakartze ahalmen handia agertzen du bai, baina ez hala asebetetzekoa:

MU 25 G: Igual egun baten ez dau ezebe eta ikusten zaoz eta ez dekozu zer eginik, hori bada denbora galdutea. Ahal zinun ikasi edo zeozer, baina que va (BARREAK), buf! Hori, baina zeozer interesante badau edo hori, ikusten dozu.

Denbora galtzea edo botatzea bilakatzen da orduan telebista ikustea. Irudi eta soinuak lamien doinuak harrapatuta denbora igaro egiten da, baina irabazi beharrean galdu; bizipena, pozgarria, askea eta positiboa izan beharrean damuzkoa, frustragarria eta negatiboa bilakatzen da. Aisia absentea, bete-betean.

DU 21 E: Jo, ni banau bi ordu telebisinue ikusten, es que gero txarto sentitzen naiz, osea, iruditzen jate denbora bota in jotela, osea, niretzako da ba ez dakittenean zer ein, (...) denbora hori niretzako da denbora "mal invertido", ez dakit, ez bada hori ba gauza bat zehatza, pelikula on bat edo.

BI 39 G b: Ni errez engantxatzen naz, ze igual emazteak jarri dau telebista, ta ni pasatzen naz handik da. berdin jat, baina bapatean entzuten dot zerbait, da geratzen naz han zutik ikusten edo. pasatzen dira bost, bi minutu eta, zer egiten dot? Han zutik, eta joango naz ez dakit zer egitera, dadadada. ta jarraitzen dot.

DU 24 G a: Da denbora pasetie, azkenien.

DU 21 E: Txarto sentitzen zara! (barre)

DU 24 G d: Qué mierda tío, ez dau ezebez.

DU 21 E: Ez dot aprobetxau.

Hala, telebistaren promesa ez da beti betetzen, eta are, haren sirena kantua sarri aspergarri, baita lotsagarri edo mingarri ere, bilakatzen da:

SA 52 G b: Denbora pasatzeko, bai. Eta batzutan aspergarria. A ver, lotsagarria dela, horrenbeste kanala egon, eta jakin zer ikustea, ez dute ematen, jo, es que, manipula, ez dakit nola esan. Telebistaren bidez nahi badute zerbait lortu, gai dira lortzeko, uste dut.

AL 32 E Bai, baina nahiko aspergarria da nik ikusten dut telebista ahizparen etxera joaten garenean, eta jarri sofán, edozer gauza dago, eta gainera zapping.

Telebistarekiko aisia absentea karakterizatzerako orduan beraz, hustasuna eta asperdurarekin dituen lotura azpimarratu beharko genituzke. Aisiarik gabeko astiaren aurkako irtenbide erakargarri bezala aurkezten du bere burua, eta hala hartzen da sarri, baina aldi berean bere promesak behin eta berriro zapuzten ditu, lilura geldo bat eskainiz, denbora eta astia iruntzi egiten dituen hutsune baten gisa. Aisiarako alternatibarik ez dagoenerako alternatiba bezala aurkeztu eta ulertzen da sarri, baina ez du aisiarako egiazko alternatibarik eskaintzen. Promesa seduktore baina beti frustratuan gelditzen da.

6.1.1.3. AISIA AUTOTELIKOA

Telebistarekin lotutako aisiazko esperientziak karakterizatzerako orduan "aisiaren ipar" bezala definitu ohi den aisia autotelikoa, esan bezala, hirugarren posizioan kokatzen da parte-hartzaileen idatzizko kontakizunaren arabera.

Aurreko orrialdeetan ikusi ahal izan dugun bezala, parte-hartzaileen erantzunak modu agregatuan hartuta eta garrantziaren arabera ponderatuta, aisia autotelikoak hirugarren

postua hartzen du telebistarekin lotutako aisiazko koordinatu bezala, garrantziaren %22arekin (131 puntu orotara), aisia absentearen azpitik, hogeituneko aldearekin.

Banakako parte-hartzaileek esaldi bakoitzari eskainitako pisuari erreparatuz, aisia autotelikoarekin lotutako hiru esaldiak garrantziaren arabera ordenean jarrita, honela gelditzen da podium orokorra:

1. “Atsegina da telebista ikustea”: 56 puntu.
2. “Gustatu egiten zait telebista”: 44 puntu.
3. “Nahi dudana aurkitzen dut telebistan”: 31 puntu.

Interesgarria da baita esaldi bakoitzak lehen postua zenbat aldiz (eta hortaz 4 puntuko balioa taulan) erdiesten duen ikustea. Aisia autotelikoarekin lotuta proposatzen diren esaldietatik “Gustatu egiten zait telebista” 7 aldiz aipatzen da lehenengo postuan (guztira 17 erantzunetik), “Atsegina da telebista ikustea” 6 aldiz (guztira 20 erantzunetik) eta “Nahi dudana aurkitzen dut telebistan” 4 aldiz (guztira 11 erantzunetik). Oro har, hortaz, aisia autotelikoarekin lotutako baieztapenak 17 pertsonarentzako izan dira telebistaren bizipenaren erreferentzia nagusia (73 parte hartzailetik). Nolakoa da baina, telebistarekin lotutako aisia autotelikoa? Betetzen al ditu era gogobetegarri, libre eta berezkoan, inolako xederik gabe burutzearen printzipioak? Askatasunaren hautematea, berezkitasuna eta sentipen atsegingarria bizitzea zein puntutaraino, eta zein modutan agertzen dira telebistarekiko harremanean?

Telebista ikustea beste helbururik ez duen, bere horretara bideratzen den jarduera bezala azaltzen da parte-hartzaileen kontakizunean. Ez beti, jarduera beste zerbaitetarako aitzakia edo aukera bezala sumatzen eta aldarrikatzen baita sarri, eta harekin batera osagarriak diren aldibereko jarduerak ere burutzen direla behin eta berriro agertzen baita; baina batzuetan telebista ikusteko pizten da telebista:

DU 24 G a: Ni normalien telebista ipintzen dot telebista ikusteko, ez bada nauela Izurtzan lagunekin berbetan eta. edo afaitten gauzela han da ba dekogu ipinitte futbola edo zeuzer eta gauzela berbetan eta hori, normalian telebista ikusten banau, nau.

Telebista telebista ikusteko pizte honek oso lotura handia agertzen du edukiarekin, zerbait jakina ikusteko interesarekin. Zenbat eta interes handiagoa telebista saio batekiko, orduan eta bizipen autotelikoagoa. Telebista “ikusteagatik ikustea” edo “interesa duen zerbait ikustea” bereizten dira hala: “ikustie ikustiarren aburrdoa da. Ikustea entretenitzen dotzun zeozer eta interesa dekon zeozer, ondo dago, baina hortik kanpora telebista, ez dakit.”

Oso interesgarria da edukiarekiko benetako interesa dagoenean, zaletasunak telebista gailuaren eremua bera gainditzeko duela, eta beste bide batzuk bilatzen direla ikusi nahi den saio horretara sarbidea izateko, arratsaldeko telenobelarekin adibidez:

SA 57 E: Gaur ez dut ikusi, gaur ez dut ikusi baina gero gauez ordenagailuaren bitartez ikusiko dut (...) niretzako oso garrantzitsua da. (...) Edo afaltzeko orduan. Ordenagailu aurrean egingo dut eta holan gertatu dena sartzen dut buruan eta.

Telebista-zaletasuna landu, zaindu beharreko zerbait da hortaz, programa eta formatu jakinekiko sortzen den hurbiltasuna eta engaiamendua, sarri ikusteko ohitura eta konpromisoa ere sortzen dituen. Horrela, saio batzuekiko zaletasuna eta lotura afektiboa denboran zehar osatzen da, egunerokotasunean txertatuta, eta urteetan zehar ematen diren garapenei erreparatuz:

LEZ 67 E Arrastien hori Klaudio Landaren programea. Hori, Ni Más ni Menos. Hori gustaten dazte. Hori ipinten dot. Gero gustaten jazte hori, espainolan, baten, Amar en Tiempos Revueltos. Badakizu zein dan ezta? Hori bai gustaten dazte, ze da hori, hasi zan e, ez dakit zenbat urte izengo direz, igual sei edo zazpi urte direz, eske gustetan jazte ze hasi zan ba hori, gerra denpore hasi baino arinau eta gero. dau eboluzionaten segun ze urten gauzen hori, mm. igual ez dot esplikatzen ondo. (barre)

Bestetik, aukera askatasunari dagokionez kontakizun kontrajarriak jasotzen dira. LTDaren kate-aukera zabaltzea ez da, berez, norbere askatasunaren aldeko errealitatetzat hartzen, edukiak oso antzerakoak, jabe gutxi batzuen menpekoak eta sarri ikusitakoak ("emandakoak") direlako:

BE 37 E: Kanal pilu dau, baina ez dau ezer!
BE 37 G: Ez dau ezebe.

Gainera, telebistaren izaerari berari egozten zaio aukeratu behar ez izatearen esperientzia. Jasotzea, bila joan beharrean:

AL 40 G Baina hori [interneti buruz] abantaila edo desabantaila izan leike eh? Bestean [telebistan] ez duzu aukeratu behar ezer, ez dozu pentsatu behar.

Askatasunaren hautematea batez ere gustoko edukiak aurkitzeko gaitasunarekin lotu bada ere, saioetan gehiago parte-hartzeko aukera ere aipatzen da, dela etorkizuneko telebista interaktiboagoaren bidez, edo egungo komunikazio teknologiek (telefonoak, sakelekoak, interneteko tresna ezberdinak) erabiliz zuzenean eta zeharka telebistaren jarioan parte hartu ahal izateko:

BE 40 E b: Parte hartzeko aukera gehixau.
BE 41 E: Bai, neuk bebai pentzetan dot.
BE 40 E b: Programak dauzenik emoten alzule zuk parte hartu etxetik.
BE 41 E: Bai.

Telebista zaletasuna, eta haren bizipen autotelikoa edukien gaineko interesean oinarritzen dela aurkitu dugu landa lanean. Erreferentziazko saioak aurkitu dituzten pertsonak iritzi positiboagoa agertu dute telebista ikustearen esperientziari buruz, eta alderantziz, telebista modu positiboenean erretratatu duten pertsonak hitz egin digute gehien bertako gustoko saioei buruz:

LE 53 E: Niri pelikula asko gustaten jataz. Serieak gitxiago gustaten jataz pelikula baino, eta pelikula ganera gustaten zataz amerikanuak, frantsesak edo ingelesak, edo horrek baino, dirazelako ba lentuaguak, eta niri gehixau gustaten jat mobimento gehikuao. (...) Baina neuri pelikula asko gustaten jataz. Gero horrek Aguila Roja eta horrek be, ez segidu, baina soltekuak bai. Ba niri, telebisiñua, egia esan, gusta itten jat eta ikusten dot.

Batzuetan gainera gustoko edukiak eta gustoko tartekak uztartzen dira, benetan esperientzia positibo eta gogoan gordetzeko modukoak bizitzeko. Kasu horietan ematen da, benetan, telebistarekiko aisia autotelikoa, eta “engantxatuta” egotea gauza positibo, baliotsu bezala hartzen da, “adikzio” goxo eta gustoko bat bezala:

BI 50 E: Ba esate baterako neguan domeketan, bazkalostean gustoko peli bat, niretzako hori da. gozarena. Eta gauetan gustatzen zait serieren batekin engantxatuta egote. Ez dot beti lortzen, baina. ez dakit, ba por ejemplo ba House (barre). House badago House ikusten dot, eta orduan desietan egoten naz aber noiz egun hori helduko, eta gauzak egiten ditut arin joateko hori ikusten eta. bai, hori asko gustatzen zait niri.

Zentzu horretan, telebistarekiko aisia autotelikoa ezin da, printzipioz, telebistako edukietatik bereiztu, baina ezta beste aldagai objektibo eta subjektiboetatik ere. Telebistarekiko aisia autotelikoa egon, badago, baina une berezietan ematen da, hainbat aldagai gurutzatzen direnean, eta gehiago lotuta dago tarte eta saio partikularrekin, telebistaren bizipen edo ulermen orokorrarekin baino. Gutxi dira telebistaren esperientzia, bere osoan, aisia autotelikoarekin lotzen dutenak, baina gutxi dira baita, telebistarekin harremanean aisia autotelikozko bizipenik izan edo kontatzen ez dutenak ere. Behin eta berriz ematen diren salbuespenak dira, halako uneak. Bakanak, baina egiazkoak.

6.1.1.4. AISIA KALTEGARRIA

Parte-hartzaileak landa lanean zehar telebistarekiko oso kritiko agertu izan diren arren hainbat puntutan (programen kalitate eskasa, saio askotako edukazio falta, informazioa eskaintzerako orduan gardentasun gabezia eta manipulaziorako joera...), aisia kaltegarria da idatzizko kontakizunean puntuazio txikiena jasotzen duen koordinatua. 103 puntu jaso dituzte koordinatu honekin lotutako baieztapenek guztira, %17a orotara. Nolabait

telebistaren instituzio edo erakundearekiko kritikotasuna ez da horrenbeste islatzen norberaren telebistaren esperientzian, eta are, telebistaren ezaugarri kaltegarrienei buruz galdetuta, sarri defendatu ere egiten da. Bloke edo pieza bakarrekoa izatetik urrun, konplexua da, beraz, telebistaren aisia kaltegarriaren koordinatua. Esaldi-hirukoteari erreparatuta, honako puntuazioa agertu dute:

1. “Telebistak beste gauza batzuk egiteko denbora kentzen dit” esaldia gailentzen da 47 punturekin beste bien gainetik.
2. “Telebista adiktiboa da” bigarren ageri zaigu, 36 punturekin
3. “Telebista gehiegi ikusten dut”, 20 punturekin, aukeran emandako guztietatik puntuazio baxuena jasotzen duen esaldia.

Lehenengo postuei erreparatuta “Telebistak beste gauza batzuk egiteko denbora kentzen dit” esaldia 6 aldiz aipatzen da (guztira 16 erantzunetatik), gero “Telebista adiktiboa” da 3 aldiz (14 erantzunetatik), eta azkenik “Telebista gehiegi ikusten dut” 2 aldiz (10 erantzunetatik). Guztira, hortaz, 11 pertsonak aukeratu dute lehenengo postuan aisia kaltegarriarekin lotutako esaldiren bat, telebistaren esperientzia laburbiltzeko.

Ahozko kontakizunetara jo behar dugu hala ere, aurreko koordinatuekin egin bezala, autosuntsiketa edo autokaltetze zantzuak agertzen dituen koordinatu honek telebistarekin harremanean agertzen dituen ezaugarriak ezagutzeko. Telebistaren boterea da, zentzu horretan, beldurgarri edo kezka errepikatuenetariko bat. Telebistak ikus-entzuleengan duen eragina, kontrola eta manipulatzeko gaitasuna aipatzen dira mesfidantzarako arrazoi bezala:

DU 24 G d: Niretzat ez. Hori da arma bat eta niretzat arma bat inbentau dauenak manipula, o sea, manejatzen dau, eta justo zapaldu dautzenak ezingo dotzo buelta emon horri, simplemente. o sea, ez dot uste, ez dot uste al danik.

DU 24 G a: Es que ez dakizu zer dan egixe ta zer dan guzurre. Azkenian gauzarik sinplenan be sartzentzue guzurre.

MU 56 G: Ez, komunikazioak inddar asko dekea, manipuletea informazioa, bai prensan, edo bai telebisinoan, edo bai radioan, hori manipulazioa eh. indder lar eukitzea eurek hori riesgo handi bet da. Akabuan jendea manipulatzen da.

Komunikabideen, eta telebistaren indar honen aurrean, babesgabetasun sentrazioa agertzen da, norbere askatasuna eta kriterioa eragile ahaltsuagoen aurrean zalantzan jartzen dituen. Telebistak, hortaz, eragin negatiboa izan dezakeela uste dute parte-hartzaile ugarik informazioaren eta iritzigintzaren aldetik. Horren aurrean nork bere informazioa bilatu eta alderatzea proposatzen da (dela norberaren esperientziarekin alderatuz, dela beste informazio iturrietara joz), ez baita itxaropenik gabeko prozesu bezala ikusten. Edozelan ere, telebistaren izaera manipulatzailerik eta interesatuaren susmoa errotuta agertzen da. Adikzioa edo “engantxatuta egotea” aipatzen dira, baita, kezka iturri bezala; berriro ere kontrola edo

norbere askatasuna galtzeko arrisku bezala. Hala ere bi “engantxatze”-ren artean bereizten da; aisia autotelikoan aipatu dugun zaletasun porrokatu eta pozgarria batetik, eta benetan bestelako jarduerak egiteko denbora kentzen duen eta norberari ihes egiten dion adikzioa bestetik. Oso adierazgarria da kasu batean parte-hartzaile batek, bere telebistarekiko adikzioaz ohartuta, telebista kentzea erabaki zuela kontatu digula:

AL 34 G Ba guk erabaki genuen telebista kentzea, eh. telebistaren ionkiak ginelako, batez ere ni. (...) Ionkia nintzen Ba. ikusi behar genuen teleberri guztiak (...) Orduan, banekien ordu bi terdietan hasten zela Tele 5n, hirurak bi gutxitan etb2n, hiruretan Antena 3en eta ez dakit non. Orduan denak ikusi behar nituen, orduan lehenengoa ordu bi t'erdietan zenez, heldu behar nintzen etxera ordu bi t'erdia baino lehenago. Eta hori bakarrik, bazkaria prestatu behar nuenez, telebista mugitzen nuen ez galtzeko. eta ya amaieran bazkaltzen genuen korrika eta presaka telebistaren aurrean denak ikusi. gauza berbera errepikatzen zen egunero gauean. eta gero afaldu eta gero ba denok hor sofán botata elkarrekin hitzegin barik. goizeko ordubiak arte pelikula mierdoso bat ikusten eh. iragarkiz beteta, eta hurrengo egunean damututa Eta esan genuen, bueno, horrela ezin dugu jarraitu

Beste kasu batean, norberaren ahultasuna, edo jokabide adiktiborako joera kontuan izanda sortzen dira seme-alaben telebistarekiko harremanaren inguruko errezeloak:

BI 39 G: Ze. bueno, igual, ez dakit zergaitik edo, baina nik uste dot kasu honetan jokatzeko dodala erretzaile diren guraso batzuen moduan, umeen aurrean ez dabela erre nahi. Ba ez ikusteko. Pentsatzen dabe "bueno ,nik kontrolatzen dot ohitura edo bizio hau, adikzio hau, baina ez naz fidatzen nire umeei nik kontrolatzen dodan moduan kontrolatuko dabenik".

Interesgarria da hala ere, aisia kaltegarriarekin lotutako kontakizunak ez direla ikusten den telebista kantitatearekin zuzenean lotzen, parte-hartzaile askok egunero telebista ordu asko ikusi arren ez baitute adikzio arazorik ikusten haien edo inguruko kasuan. Gehiago da norberaren kontzientziaren araberakoa, eta benetan lehentasunezkoak diren jarduerak eta ohiturei buruzko hausnarketa baten ostean sortzen den kexu bat. Kontua, bestela esanda, ez da horrenbeste egunean bi, lau edo sei ordu telebista ikusten diren, baizik eta nork duen zeren gaineko kontrola. Kontrola ikus-entzulearengandik telebistara pasatzen dela sumatzen denean, azaltzen dira ardurak.

Oro har, beraz, telebistaren esperientzia aisia kaltegarriaren parametroetatik begiratuta botere eta jabekundearen afera da, beste ezeren gainetik. Telebista erakunde sozial ahaltsua eta aparailu liluragarria dela kontuan hartuta, norberaren autonomiak esku-artetik ihes egitearen arriskua errealtzat hartzen da; are gehiago, telebistaren errealtatearen aurpegi ekidiezintzat. Bi mailatan ikusten da gainera telebistaren eragin negatiboa. Gizarte mailan kaltegarriak diren edukiak (telezaramarekin eta informazio ez-oso edo partzialarekin lotutakoak batez ere) plazaratzen direla deritzote, eta horrek telebistaren esperientziaren

kontakizun orokorrean eragina du. Kontziente agertzen dira egungo telebista eredua eredu ideial batetik urrun dagoenaz:

SA 56 E: Ya, baina horiek kaltegarriak dira, o sea, kritikak, programa horiek Telecincon ematen dituzten programak, nik uste dut, hori, soziedade.bueno, gure bizitzarako kaltegarriak direla. Yo. vamos.

DU 24 G a: Hombre, nik uste dut kriston kalte eitten dabilela, o sea, dagoz jendia ba.
DU 21 G: Ez, ze gainera suposatzen da gizarte berrian nahiago dugule parte-hartzaile izatie ta telebista emoten dala unidireccional ez?. o sea, zuk jaso bakarrik egin al dozu, eta ezin dozu elejidu, esan nahi dot, elejidu al dozu bai entre, ez dakit, sagar berdiek edo gorrixek, baina ezin dozu madarixek aukeratu.

Baina bestetik, norbanakoaren mailan, elkarriketatutako pertsona gehienek norberaren erantzunkizunaren garrantzia azpimarratzen dute, bai edukiak aukeratzeko orduan, bai informazioa alderatu eta honi dagokion sinesgarritasuna ematerako orduan, eta baita ikusten den telebista kantitateari dagokionean ere. Aukerak, zentzu horretan, egon badaudela uste dute, arriskuak ere egon badauden bezala. Telebistaren aurrean protagonismoa hartu eta norbera berjabetzea, hein horretan, ikus-entzulearena ere badela deritzote:

LE 53 E: Guk geuk bazkaltzeko Teleberri edo Telediarixua beste kanal batekua, askotan eitten doguna da kontrasta, igual ikusi euskerazkoa, ze bardina izaten da, eta ordun ikusten dot euskarazkoa igual eguardixan, edo alrebes, eta gero igual ba Antena 3 edo Telecinco edo beste, La Cuatro edo ipintzen dogu igual gabaz.

Laburbiltzeko, beraz, aisia kaltegarriarekin lotutakoa telebistaren esperientzia-eremu konplexu eta kontraesanez betetakoa da. Idatzizko kontakizunean kuantitatiboki azken lekua hartu badu ere, ahozko kontakizunak tolesduraz betetako botere-harremanen inguruko diskurtso aberatsak ekarri dizkigu, non telebistaren gizarte funtzioa eta ikus-entzulearen ardura behin eta berriro azaltzen diren, egungo telebistaren kalitate zalantzazkoarekiko kexuekin batera. Edozelan ere, aisia kaltegarriaren koordinatua telebistarengandik bereiziezina da.

Behin telebistaren aisiazko koordinatuen arabeko karakterizazio orokorra burututa, ondorengo orrialdeetan adin-talde ezberdinen arteko alderaketa burutuko dugu talde bakoitzaren ezaugarri berezkoetan sakontzeko.

6.1.1.5. ADIN-TALDEAK ETA TELEBISTAREKIKO AISIAZKO ESPERIENTZIEN EZAUGARRI OROKORRAK

Aurreko orrialdeetan aisiaren koordinatuak parte-hartzaileen telebistarekin lotutako aisiazko esperientzietan nola islatzen diren aztertu dugu, telebistaren esperientzia aisia humanistaren kategoria teoriko hauen arabera sailkatuz, eta esparru bakoitzak agertzen dituen ezaugarriak deskribatuz, idatzizko eta ahozko kontakizunetan jasotako informazioaren arabera. Ondoren adin-talde bakoitzaren berezko karakterizazioa proposatu dugu, horretarako idatziz zein ahoz emandako telebistaren esperientzien kontaketa hartuz ardatz, eta adin-talde bakoitzaren adierazgarrienak diren ezaugarriak aurkeztuz.

Behin hau eginda, ondorengo orrialdeko 24. taulan adin-taldearen ezaugarri orokorrak jasoko ditugu, telebista eta aisiazko esperientzien karakterizazio orokorrarekin amaitzeko. Taula honek ez ditu inola ere parte-hartzaileen telebistarekiko esperientzia guztien aberastasun, aniztasun eta partikularitasun guztiak islatzen, ez eta jasotako kontakizunen konplexutasuna agertzeko bide guztiak agortzen ere. Aldiz, adin-taldearen baitan adierazi diren iritzi, eztabaida eta baieztapenen inguruan lortutako adostasun nagusiak biltzen ditu, aztertutako lau aisiaren koordinatuen inguruan.

Sintesi eta karakterizazio modura aurkezten da taula, ez pertsona guztien iritzia islatzen duelako, baizik eta Gazteak, Helduak 1, Helduak 2 eta Nagusiak adin-taldearen baitan aurkitu ditugun elkargune esanguratsuenak biltzen dituelako. Horretarako klabeak izan dira, bai begirada deduktibotik planteatutako azterketa kategoriak (Aisiaren koordinatuak, kode fokalizatuak), eta baita landa lanean zehar begirada induktibotik jasotako termino natiboak ere (In vivo kodeak). Kode fokalizatu, egituratzaile eta in vivo kodeen funtsatze eta dentsitatea gakoa izan dira, benetan zentralak diren elementuak identifikatzeko orduan⁵¹⁶, eta *Query Tool* edo Kontsulta Tresna erabili da adin-talde bakoitzari dagozkion pasarteak berreskuratzeko.

Taulak hurrengo orrialdeetan landuko den kodeketa teorikorako begirada abduktiboaren oinarria izan nahi du⁵¹⁷ behatutako kasuen azalpen edo hipotesi esplikatiboa eraikitzea ahalbidetzeko, eta ez ikerlariaren irizpideen arabera sortu diren adinaren arabeko pertsona taldeak karikaturizatze. Edozelan ere, adin-taldearen arteko eta baitako ezberdintasun eta antzekotasunen berri emateko erreferentzia erabilgarria da

⁵¹⁶ Ikus 4. Kapituluaren "Kodeak" atala.

⁵¹⁷ Ikus 4. kapituluaren "Azterketa eta kodeketa estrategia globala" eta "Kodeketa teorikoa (ZERGATIK)."

24. TAULA: TELEBISTA ETA AISIAZKO ESPERIENTZIAK – ADIN TALDEEN EZAUGARRI OROKORRAK AISIAREN KOORDENATUEN ARABERA

	GAZTEAK	HELDUAK 1	HELDUAK 2	NAGUSIAK
AUTOTELIKOA (A)	Interesgarri aitoritzen diren eduki jakinak. Erreferentziazkoak diren gaurko eta atzoko saioak. Lagunekin elkarrizketak eta iruzkinak.	Betebeharrak amaitutakoan norberarentzako tarte atsegina. Eguneroko aisialdiaren sinonimoa.	Informazioarekin lotutako gustora ikusteko tarteak. Zaletasun bereziz jarraitzen diren fikziozko eta entretenimenduzko saioak.	Entretenimendu nahiz informaziozko saioekiko zaletasuna. Telebistaren asmakizun garrantzitsuaren aitorpena eta miresmena.
EXOTELIKOA (E)	Egunerokotasunaren atzealdeko zarata. Sozializatorako tarte eta espazioen girotea.	Laguntasuna. Etxe-girotea. Familia batzea. Lasaitasuna eta erlaxatzea. Ahalegin handirik gabeko Informazioa. Atsedeen hartzeko tarte sorrarazlea.	Eguneroko atsedenaldea, deskonektatzea eta erlaxazioa. Lo kuluxka egiteko gailua. Familia batzea.	Laguntasuna eta konpainia. Egunerokotasunaren egituratzaila eta atzealdeko zarata. Munduaren eta garaia berri izateko iturri funtsezkoa. Familia eta kideak batzea.
ABSENTEA (A)	Asperraren aurrean ohiko lehen aukera. Aspertu arren, ikusten jarraitu. Gehiegi ikustearen kontzientzia. Alternatiba falta.	Ikusteko ezer egon ez arren ikusten jarraitzea. Beste aukerarik ez dagoenerako aisiazko jarduera (negua, eguraldi txarra...).	Iragarkiek eragin dezaketen asperra eta nekea. Berandurarte telebista ikusten gelditzearen damua.	Denbora pasatu beharraren kontzientzia. Lagunak edo lanak utzitako hutsunea betetzeko gailua.
KALTEGARRIA (E)	Informazioaren inguruko manipulazioa. Norberaren eta gizartearen prestakuntza falta telebista kriterioz ikusteko.	Telebistaren erabilera okerrak (norberarenak eta erakundeenak). Eduki ezegokiak. Umeen babesgabetasuna.	Kate eta saio batzuei darian pozoia eta morboarekiko fijazioa eta gordinkeria.	Saio batzuetan agertzen den manera eta portaera eskasa eta ez-eredugarria. Eztabaida eta tertulietan sarri agertzen den errespetu falta. Manipulazioa eta gezurrak.

Iturria: Norberak egina

6.2. ADIN-TALDEEN TELEBISTAREKIKO HARREMANAREN KARAKTERIZAZIOA

Aurreko orrialdeetan aisia humanistaren lau koordinatuak erabili ditugu telebistaren esperientziaren karakterizazioan aurrera egiteko. Ondorengo orrialdeetan aztertutako lau adin-taldeak hartuko ditugu oinarri telebista aisiaren perspektibatik zer den eta telebistarekin harremanean ematen den aisia nolakoa den esploratzeko. Horretarako berriro ere telebistarekin lotutako aisiaren agerpen kuantitatibo eta kualitatiboak uztartuko ditugu, adin-taldeen berezko karakterizazioari begira.

Hasteko, esan beharrekoa da parte-hartzaileen fitxetan jasotako informazioari erreparatuz eta aisiaren koordinatu ezberdinei emandako garrantziaren arabera irakurketa bat eginda adin-taldeen arteko ezberdintasun nabarmen eta esanguratsuak ageri direla:

- Aisia autotelikoarekin lotutako esaldiek garrantzia gehien Helduak 1 adin-taldean jasotzen dute: 54 puntu orotara (guztira jasotako 131tik).
- Aisia exotelikoarekin lotutakoek Helduak 2 adin-taldean errotuta ageri dira, alde handiarekin gainera: 110 puntu (guztira jasotako 230etik).
- Aisia absente eta aisia kaltegarriarekin lotutako esaldiek garrantzia handiena Gazteak adin-taldean agertzen dute, baita alde handiarekin ere: 70 eta 52 punturekin hurrenez hurren (guztira jasotako 141 eta 103tik).
- Nagusien adin-taldeak aldiz esaldien garrantzia modu homogeneoagoan banatzen du lau koordinatuen artean: 20 puntu emanez autotelismoari, 16 exotelismoari, 16 aisia absenteari eta 8 aisia kaltegarriari hurrenez hurren⁵¹⁸.

Aisiaren koordinatuei horrela erreparatuta, lehen begiratu batean adin-taldeak aisiaren koordinatuekin duten harreman nagusiaren arabera karakteriza genitzake. Helduen bi taldeek aisiaren norabide positiboa hartzen dute nabarmen (aisia exotelikoa eta autotelikoa), Gazteek aisiaren norabide negatiboa azpimarratzen dute argi eta garbi (aisia absentea eta kaltegarria), eta Nagusiek berriz telebistaren izaera anbibalente eta orekatuago bat agertzen dute.

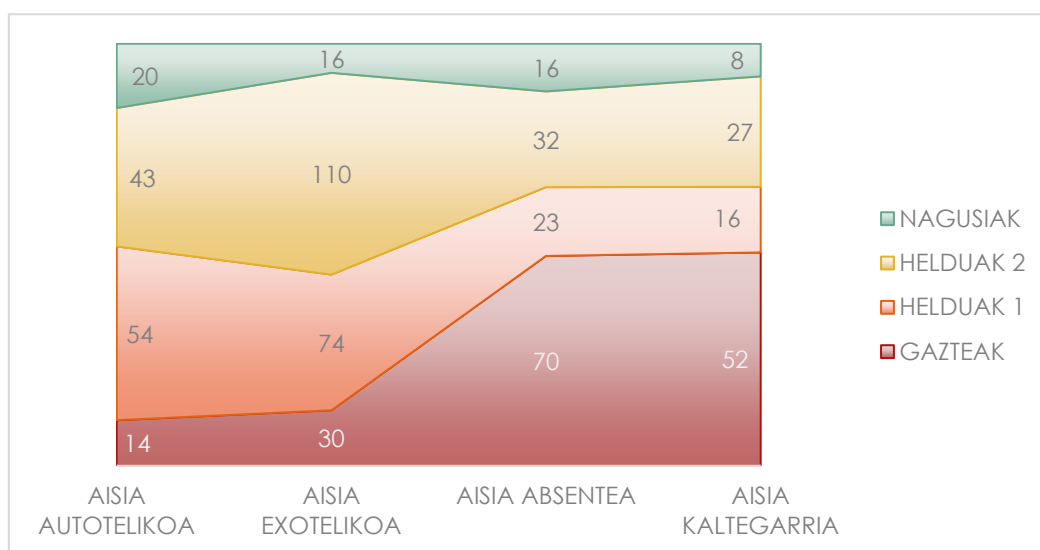
Hala ere brotxa lodiko karakterizazio horrek, bere horretan, hala ere ez gaitu oso urrutira eramango. Helduak 1 adin-taldeak aisia autotelikoarekin agertzen duen loturak, edo Gazteak taldeak aisia absentearekin duenak, argiak badira ere, bere horretan ez karakterizazioa baino karikaturizazioa egiteko arriskua dakarte. Elkarriketatutako talde eta pertsonen telebistarekiko aisiazko esperientziak lau kategoria teoriko hauek baino konplexuagoak eta

⁵¹⁸ Gogoratu beharra dago Nagusien taldean zailtasun handiagoak aurkitu zirela idatzizko kontakizunean. Ikus 4. kapituluan "Atal idatzia: hurbilketa egituratua."

aberatsagoak dira, eta adin-taldeen telebistarekiko esperientzia sakonduko badugu ezinbestekoa zaigu ñabardura kuantitatibo eta kualitatiboak mahai gaineratzea. Goazen bada batzuen eta besteen arteko aldeak xeheago aztertzeraz.

Hasteko, garrantzitsua da idatzizko kontakizunetik jasotako datuak elkar-harremanean jartzea, bai talde bakoitzaren baitan eta bai taldeen artean ere. 8. grafikoak adin-talde ezberdinek aisiaren lau koordinatuekin lotutako hamabi esaldiei egotzitako garrantzia jasotzen du zenbaki absolututan. Adierazgarria da, lau koordinatuek bata bestearekiko agertzen duten pisu erlatiboa argi agertzen delako, baita lau adin-taldeen arteko ezberdintasunak ere:

8. GRAFIKOA: AISIAREN KOORDENATUAK ETA ADIN TALDEAK



Iturria: norberak egina

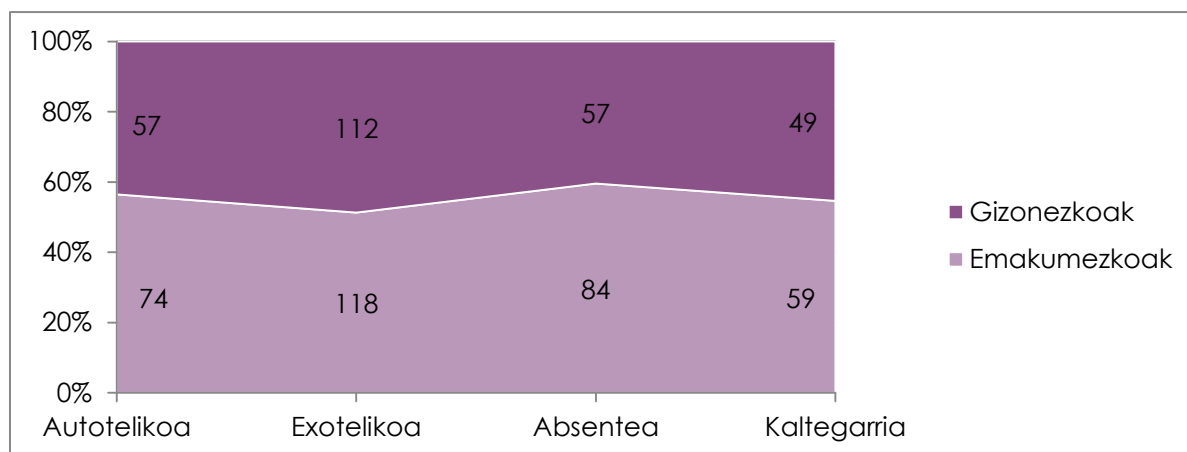
Harroka baten estratuak bailiran, gazteenetik nagusienara telebistarekin lotutako aisiazko harremanen geruzazko argazkia osatzen du irudiak, telebistaren aisiazko izaeraren estratoak agerian utziz. Errepresentazio “geologiko” honek telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien “sedimentuen” berri ematen digu modu agregatuan, eta lau adin-taldeen arteko ezberdintasunak eta aisiazko koordinatuei dagokien barne-banaketa azaltzeko balio digu.

Idatzizko kontakizunean jasotakoaren arabera nabarmena da Gazteak, Helduak 1, Helduak 2 eta Nagusiak adin-taldeen banaketa arraz ezberdinak burutzen dituztela aisiazko koordinatuen artean. Gazteen artean norabide positibodun baieztapenek apenas duten garrantziarik, aisia absentearekin eta aisia kaltegarriarekin lotutakoekin alderatuta. Helduak 2 taldearentzat aldiz, norabide aisia exoteliko eta autotelikoaren koordinatuek askoz garrantzia handiagoa hartzen dute norabide negatibodun koordinatuek baino. Nolabait, ispilututa agertzen dira Gazteak eta Helduak 2 adin-taldeak (baita, neurri txikiagoan Helduak

1 taldea ere). Gazteentzat telebistarekin batez ere norabide negatibodun koordinatuak lotzen badira, alderantziz gertatzen da Helduen kasuan. Nagusiak taldea, jada aipatu bezala, lau taldeen artean orekatuena da, baina kontuan hartu behar da arazoak agertu zituztela idatzizko kontakizuna egiterako orduan.

Lan honen helburua ez bada ere, adinaren arabera eraikitako taldeak elkarren artean alderatzeaz gain, posible da alderaketa generoaren arabera egitea ere. Puntu honetara helduta merezi du gizonezkoen eta emakumezkoen arteko konparaketa aurkezteak, aurreko irudian bezala, telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien koordinatuen araberako sedimentuak islatzeko. 9. grafikoak lan honetan parte hartu duten adin guztietako gizon eta emakumeek aisiazko lau koordinatuekin lotutako esaldiei emandako garrantzia agregatua azaltzen du. Kontuan hartu behar da parte hartzaileen %47a gizonezkoak direla, eta %53a emakumezkoak⁵¹⁹, eta hortaz emakumeek pisu handiagoa daukate garrantziaren kalkuluan. Hala ere, ikus daitekeenez, talde bakoitzaren barne-banaketari dagokionez aldeak daude.

9. GRAFIKOA: TELEBISTA, AISIAREN KOORDENATUAK ETA GENEROA (GARRANTZIA ZENBAKI ABSOLUTUTAN)



Iturria: norberak egina

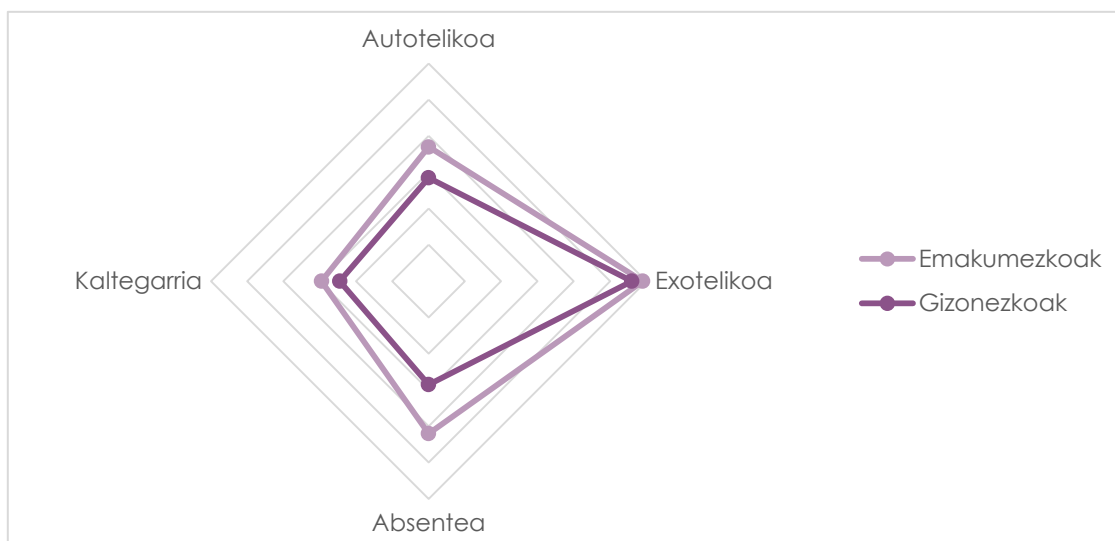
Emakumezkoentzat aisiazko koordinatu garrantzitsuena exotelikoa da (garrantziaren %35a ematen zaio), bigarren mailan absentea (%25), hirugarren mailan autotelikoa (%22), eta laugarren mailan kaltegarria (%18). “(+)/(-)/(+)/(-)” txandakatzea berriro ere. Gizonezkoentzat berriz, lehen mailan exotelikoa dago baita (%40ko garrantzia askoz handiagoarekin), bigarren mailan parez-pare kokatzen dira aisia autotelikoa eta aisia absentea (%21eko garrantziarekin biak) eta azkeneko postuan aisia kaltegarria (%18arekin, emakumezkoek bezala). “(+)/(-)/(+)/(-)” egitura bat, beraz.

Aisiaren koordinatuen araberako telebista-esperientzien egitura edo forma orokorra errepikatzen bada ere (koordinatuak oso modu antzeratsuan mailakatzen dira garrantzian,

⁵¹⁹ Ikus 4. kapituluan “Datu bilketa eta lagina.”

ikus 10. grafikoa), ezberdintasuna argia da: emakumezkoek telebista gehiago lotzen dute erlatiboki aisia absentearekin gizonezkoek baino. Gizonek aldiz telebistarekin lotutako aisiaren askoz kontzepzio exoteliko indartsuagoa agertzen dute, erlatiboki hartuta, emakumezkoek baino.

10. GRAFIKOA: TELEBISTA, AISIAREN KOORDENATUAK ETA GENEROA: KARAKTERIZAZIO OROKORRA



Iturria: norberak egina

Edozelan ere, aurreko orrialdeetan ikus daitekeenez, adinak askoz eragin handiagoa du aisiaren koordinatukin lotutako esaldien aukeraketan eta hauei esleitzen zaien garrantzian generoak baino. Modu agregatuan hartuta, askoz ezberdintasun handiagoak daude adin ezberdinetako pertsonen artean, emakumezko eta gizonezkoen artean baino. Aztertutako kasuen telebista eta aisiaren norabidearen kategorizazio orokorra “(+)/(-)/(+)/(-)” txandakatzearekin deskribatu badugu, adin-taldeak azterketak kategorizazio honekiko dibergentziak agertzen ditu, ondorengo taulan ikus daitekeen legez:

25. TAULA: ADIN-TALDEAK, TELEBISTA ETA AISIAREN NORABIDEAK (GARRANTZIAREN ARABERA ORDENATUTA)

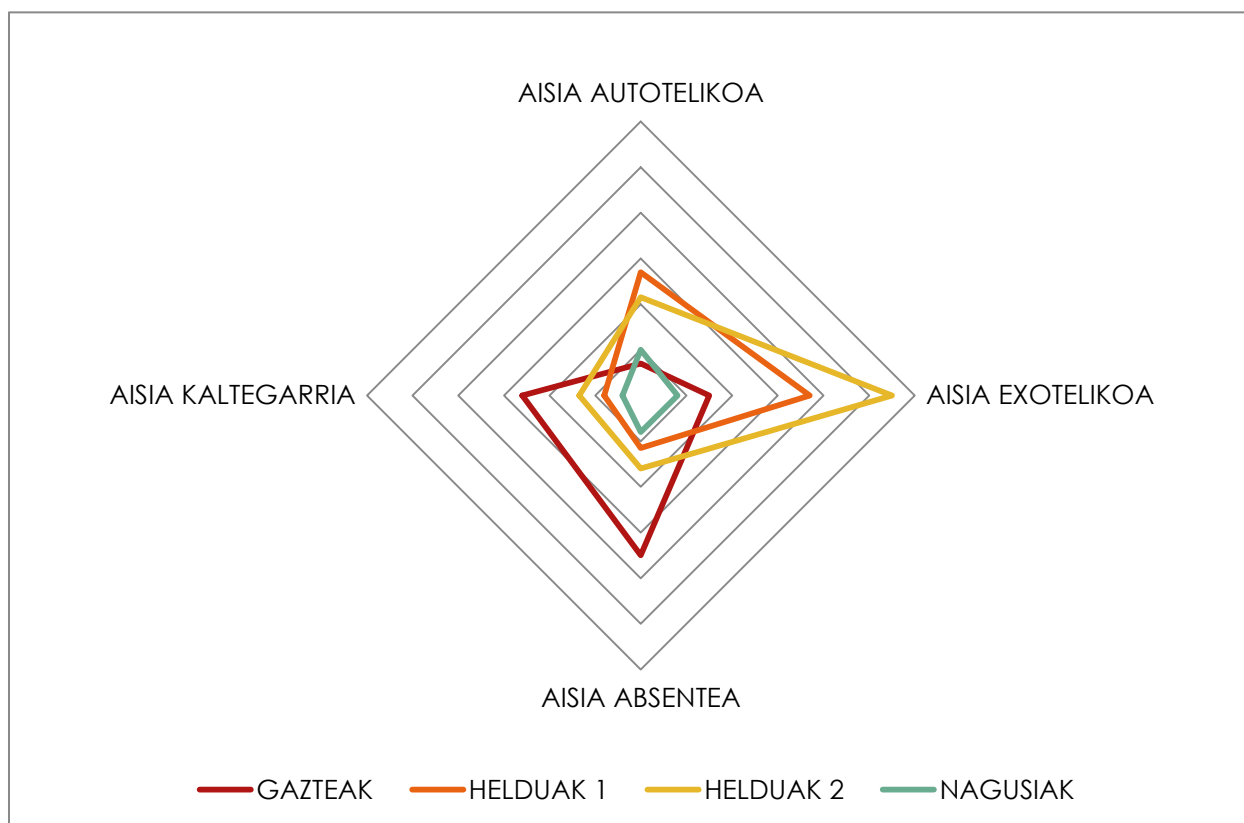
Gazteak	Helduak 1	Helduak 2	Nagusiak
(-) A %42	(+) E %44	(+) E %52	(+) A %33
(-) E %31	(+) A %32	(+) A %20	(-/+) A / E %27
(+) E %18	(-)A %14	(-)A %15	
(+) A %9	(-)E %10	(-)E %13	(-)E %13

Iturria: norberak egina.

Gazteak dira argi eta garbi eredua goitik behera iraultzen dutenak, norabide negatibodun koordinatuei garrantzia handiena emanez (--++). Helduen bi adin-taldeek eskema bera agertzen dute dute, norabide positiboa azpimarratuz (++--), eta Nagusiek oreka positiboaren alde egiten dute (+/-+).

11. grafikoan adin-talde bakoitzak koordinatu ezberdinen emandako garrantzia ikus daiteke, non argi eta garbi agertzen diren lau adin-taldeek arteko telebistarekin lotutako aisiaren koordinatuen arabera ezberdintasunak:

11. GRAFIKOA: TELEBISTA, AISIAREN KOORDENATUAK ETA ADIN-TALDEAK: KARAKTERIZAZIO OROKORRA



Iturria: norberak egina

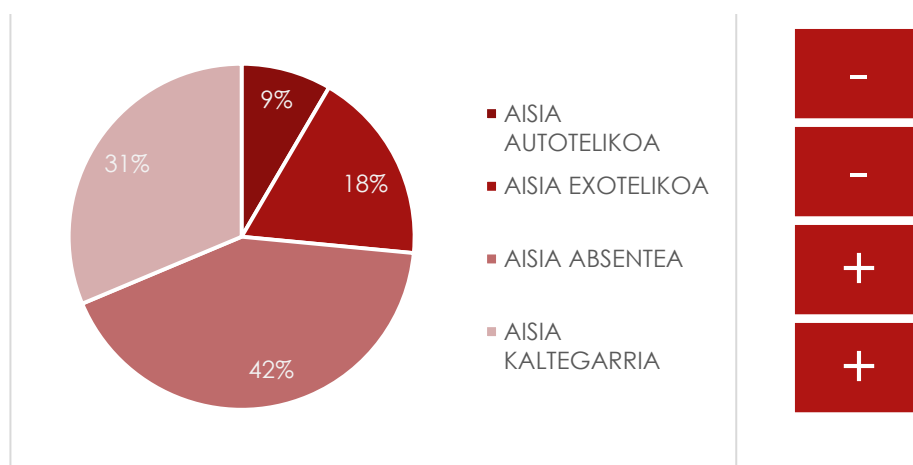
Telebista aisiaren esperientziaren ikuspegitik aztertuta, eta aisiaren koordinatuen arabera adin-taldeek arteko alderaketa bat eginda, erantzuna argia da: ezberdintasun nabarmenak daude, egon, aztertutako lau adin-taldeek artean, generoen arteko ezberdintasunak baino askoz handiagoak. Ondorengo orrialdeetan aisiaren koordinatu hauen atzean ezkutatzen diren errealitate konplexuagoak aztertzen saiatuko gara, idatzizko erantzunak ahozko kontakizunekin osatuz, eta 4 adin-taldeek berezko karakterizazioa proposatuz gero.

6.2.1. GAZTEAK: HUTSARI AURRE EGIN BEHARRA

18 eta 34 urte arteko parte-hartzailez osatutako Gazteak adin-taldearen telebistarekin lotutako aisiazko esperientzia nagusiki negatiboa da, aisiaren koordinatuekin lotutako esaldiei idatzizko kontakizunean emandako garrantziari erreparatuz gero. Lauren artean kritikoena den adin-taldea da, nabarmen.

Grafikoan azaltzen zaigun legez, oro har hartuta aisia absenteak aukeratutako esaldien garrantziaren %42a hartzen du bere baitan, eta aisia kaltegarriak %31a. Biak gehituz gero, aisiaren norabide negatiboak %73ko garrantzia hartzen du gazteentzat. Aisia exotelikoak %18ko garrantziarekin eta autotelikoak %9arekin osatzen duten norabide positiboak hartzen duen %27tik urrun. Irudiaren ezkerraldean Gazteak taldean aisiaren norabideari dagozkion zeinuak garrantzian nola kokatzen diren errepresentatu dugu. Aisiaren koordinatuak eta telebistaren esperientzia atalaren amaiera aldera aipatu dugun norabideen txandakatzea, talde honetan bi bloketan ematen da: norabide negatibodun koordinatuak lehenengo, eta nabarmen, eta norabide positibodunak azken, distantzia handira.

12. GRAFIKOA: GAZTEAK TALDEAREN TELEBISTAREKIN LOTUTAKO AISIAZKO KOORDENATUEN GARRANTZIA ERLATIBOA (EHUNEKOTAN, IDATZIZKO KONTAKIZUNA) ETA AISIAREN NORABIDEA



Iturria: norberak egina

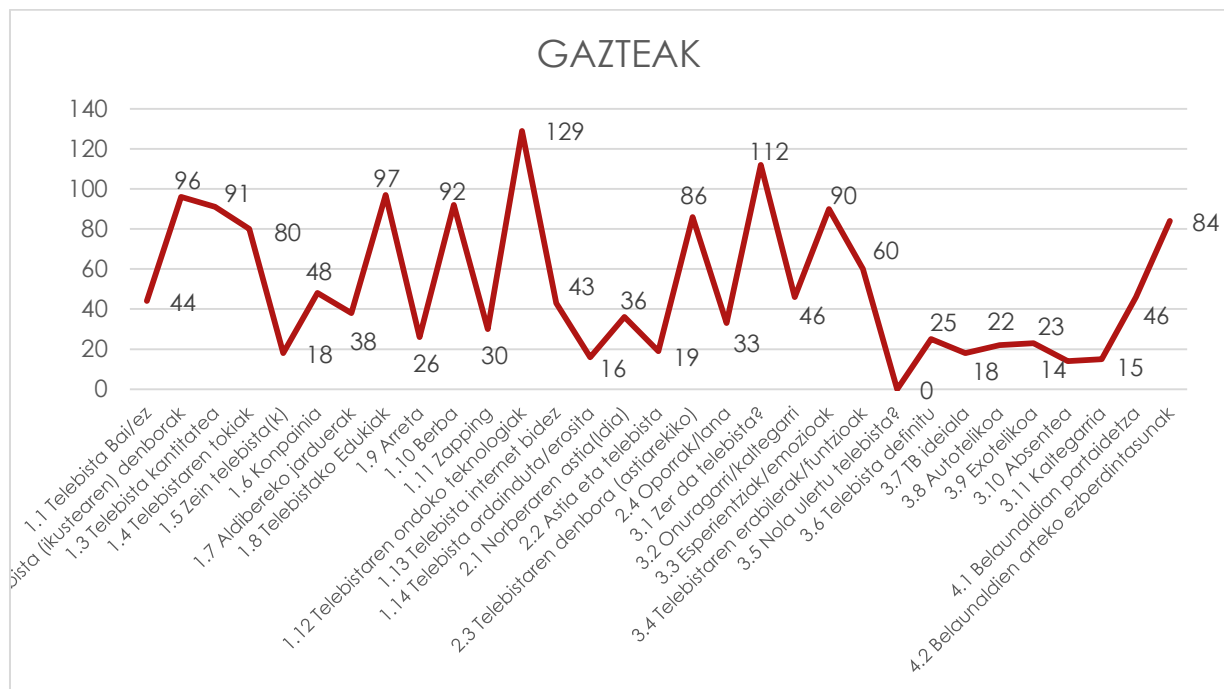
Aisia absentearekin lotutako esaldiei garrantzia handiena eman dien adin-taldea da gazteena, alde handiz gainera. %42ko garrantzia hartzen duten 29 esaldi aukeratu jaso dira, gehienak asperdurari aurre egiteko aukera bezala hartuz telebista (35 punturekin), baina baita telebista ikustea bera denbora galtzearekin (20 puntu) eta aspertzearekin (15 puntu) lotuz; hirurak beste adin taldeek baino askoz maila handiagoan. Oro har telebista egunerokoaren errealitatetzat hartzen da, bete beharreko tarteetarako ohitura bezala, beste ezer baino gehiago. Aisia kaltegarriaren kasuan ere Gazteen adin-taldea nabarmentzen da

beste hiruren gainera. Honen baitan 27 erantzun jaso dira, garrantziaren %31a hartuz⁵²⁰. Idatzizko kontakizunean aisia kaltegarriari garrantzia handia eman arren, orokorrean telebistaren kalteak gehiago proiektatzen dira gizartera, norberarengana baino, gazteen ahozko diskurtsoan. Norberari dagozkion esperientzia negatiboak erreferentzia egiterakoan hala ere egon badago, autokritika, batez ere eduki zaindu edo landuagoak ikusteko alferkeriarekin eta telebista ikusten, noiz ikusten eta ez ikusten ez jakitearekin lotuta.

Aisiaren alde exoteliak ere badu bere garrantzia (munduaren berri izateko batez ere), baina ez da ikasteko baliabide bezala adierazten. Ekarpenean, telebista ez da oso modu utilitarioan hartzen, are gutxiago estrategikoan. Besterik gabe, ohituraz eta gertutasunez eskura dagoen baliabide eta laguntasun bezala hartzen da orokorrean, bere muga eta arriskuekin, eta bere aprobetxatu gabeko aukerekin. Aisia autoteliak emandako garrantzia, azkenik, ia-erabat anekdotikoa da, beste adin-taldeekin alderatuta.

Ahozko kontakizunean zehar izandako parte-hartze kopuruari erreparatuta, aipagarria da Gazteen kontakizunean “1.2 Telebistaren ondoko teknologia” kode fokalizatuak hartzen duen pisua: 129 pasarte kodetu dira, gazteekin egindako Eztabaida Talde eta Sakoneko Elkarriketetan guztira, gai honi lotuta. Hurrengo gairik aipatuena “3.1 Zer da telebista?” kodeak biltzen du, telebistaren izaerari buruzko eztabaidari lotuta.

13. GRAFIKOA: GAZTEAK TALDEAREN GAI NAGUSIAK TELEBISTAREKIKO HARREMANEAN: AHOZKO KONTAKIZUNA



Iturria: norberak egina.

⁵²⁰ Aldiz, 7 erantzun jaso dira Helduak 1 taldean, 11 erantzun Helduak 2 taldearen baitan, eta 2 erantzun bakarrik Nagusien artean.

Asko jorratzen diren beste gai batzuk “1.2. Telebista ikustearen denborak”, “1.4 Telebistaren tokiak”, “1.8 Telebistaren edukiak”, “1.10 Berba”, “3.2 Onuragarri/Kaltegarri” eta “4.3 Belaunaldien arteko ezberdintasunak” kodeetan bildutakoak dira. Hala, gazteen telebistarekiko kritikotasuna batez ere beste alternatiba batzuekiko familiaritatean, telebistaren egungo edukien kalitate eskasaren inguruan, haien telebista ikusteko ohiturekiko autokritikan eta belaunaldi gazte bezala ikusten dituzten aukera eta mugen inguruan egituratzen da batez ere. Ekar ditzagun azalera zenbaki hauen atzean dauden adierazpenak.

Idatzizko kontakizunean ikusi bezala, gazteentzat aisia autotelikoa salbuespena da telebistarekiko harremanean eta oso eduki zehatzekin lotzen da. Adibidez, “Gustatu egiten zait telebista” esaldia garrantzian bigarren postuan kokatu duen gazteak kate tematiko historikoetako dokumentalekin eta La 2-eko filme zehatzekin lotzen du, interes eta zaletasun bereziz jarraitzen dituen eduki bezala ikusten dituelako:

DU 24 G: Baina nik dinot por ejemplo ba hori, niri por ejemplo historiako kanala eguenien, bueno, egon al nintzen orduak beitzen, baina niri pilo bat gustaten jatelako edo ohitura asko deket eh, etxien banau astelehen eta martitzen gabetan La 2eko pelikulak bai astelehen eta martitzenetan gustetan jatez, bueno, ba.

Telebista gutxien ikusten dutela diotenen artean ageri da telebistari buruzko iritzirik positiboena, eta aldiz gehien ikusten dutenak askosaz kritikoago agertzen direla. Egunerokoan telebistarekin apenas kontakturik ez duen gazte honen kasuan esplizituki aitortzen da bestelako aisiazko jarduerak (kirola egitea, lagunekin egotea) askoz nahiago dituela telebista ikusten gelditzea baino. Baina hala ere, “Atsegina da telebista ikustea” eta “Nahi dudana aurkitzen dut telebistan” aukeratzen dira, lehenengo eta hirugarren postuan.

BI 29 E: ... ez dot pentsetan eh zaztarra baino ez dauenik telebisinoan, ezta pentsa berez. Baina ez, enau erakarten.

Hasiera batean kontraesana dirudien arren, oso perfil argigarria aurkezten du berez: egunerokoan telebistarekin harreman txikia izan arren, harreman hau erabat dago bere kontrolpean, eta zer eta zertarako ikusi erabakitzeko gaitasun handia agertzen du. Telebista arbuiatzetik urrun, haren aisiarako potentziala aitortzen zaio. Aisia kaltegarriari dagokion atalean ikusi dugun bezala, kontrol sentsazioa eta askatasunaren pertzepzioa gakoa dira gazteen telebistarekiko aisiazko bizipena determinatzerako orduan.

Telebistarekin lotutako aisiari dagokionez laguntasunak, konpainiak, garrantzia handia hartzen du adin-talde honetan. Telebista sarri ikusten dute elkarrekin, batez ere lonjan, eta elkarrekin ikusten ez den telebista ere elkarrekin komentatu eta eztabaidatu ohi da, bai aldian-aldiko reality eta telesailen berriak, eta baita Simpsondarrak bezalako serie historiko

eta mila aldiz ikusitakoetako txiste eta pasadizoak ere. Eduki jakin batzuk gainera lonjan ikusten dira batez ere. Bestela esanda, lonja da programa horiek ikusteko lekua eta giro aproposa. Inoiz, programa hauek etxean ikustekotan, bestelako harreman moduak bilatzen dira, elkarrizketa eta harremana ez eteteko:

MU 21 E: Baina ez da telebisiñue ikusten. Da lonjan egotea eta telebisinoa horren parte da, ez gara lotzen telebisinoagatik, apur bet danagatik(...)

MU 21 E: Gu ganera, aunke ez egon lonjan batera, komentarioak beti dauz, whatsapp-ean. Dekogu grupo bat eginde eta komentarioak whatsapp-etik a punta pala

MU 21 E b: Gauz berdine ikusten etxean igual gauetan eta comentando todo.

Hala ere, telebista aldi berean elkarrizketa eta kontaktu sozialerako akuilu eta lagungarri edo oztopo eta zanga bihur daiteke, gazteen ustetan. Elkarrekin egon arren denak telebistari begira isilik egoteak arduratzen ditu:

MU 21 E: (...) jo lehen hasikeran telebisiñu barik egoten ginenean berba, edo ez dakit, apur bet gehiau jakiten gendun gutaz, oin ya, ailegeu ya lonjara eta betiko programea, betiko Aida, edo La que se avecina, eta hor gaoz, venga, hola eta zoazenera arte "hola eta agur". Eta ya, joe, ya da como, horretako etxean lotuten naz!

Elkarrizketatutako gazte gehienentzat telebista egunerokotasunean sendo txertatutako errealitatea da, bere lekuak eta denborak dituen, eta sarri keinu mekaniko batekin pizten dena, etxera heltzean, lonjara heltzean, bazkalorduan... Etxetik jasotako ohiturek, zein lagunartean garatutakoek, inertzia handia ematen diotela sumatzen dute:

DU 21 G: Ohitu garelako igual telebista ikusten degu txikitatik, beste jenerazino batzuk igual ez dabienak hori bizi ba.

DU 21 E: Ba igual ez da hainbeste konpainia egiten dauela, sino ya ez dakigule hori barik egoten.

DU 24 G d: Bai hori. Ez dau eitten niretzat, baina guk holan perzibitzen dogu oin.

Harreman hau ikasia, jaso delako badakiten arren, inertzia horri aurre egitea gizarteko kontsumismoari aurre egitea bezain zaila zaie:

DU 24 G d: Hori, baina da hori, "el consumir te hace sentir bien", no te hace sentir bien horrek zure betebeharrak bati ingotzulako aurre, no, sino el simple hecho de consumir.

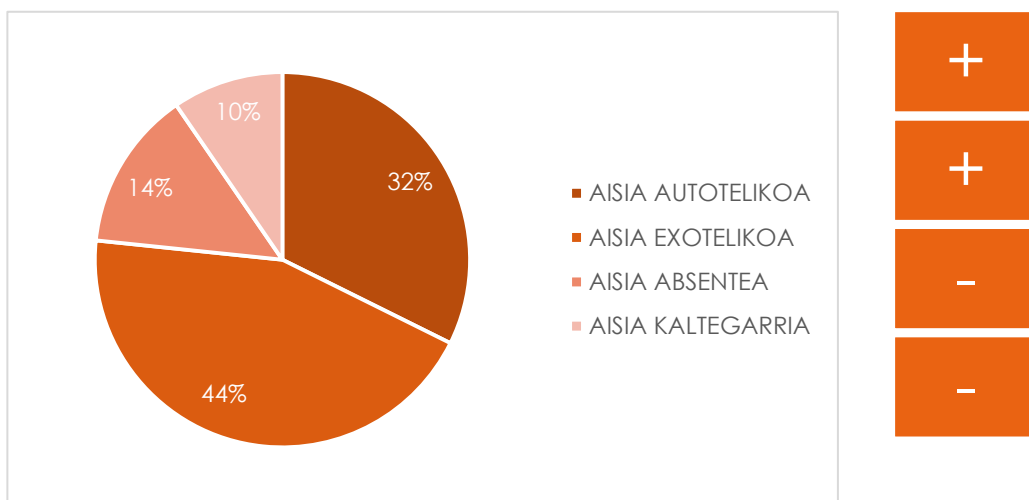
Elkarrizketatutako ditugun gazteak, orokorrean, ez dira batere baikorrak telebistarekiko. Momentu onak eskaintzen dituela uste dute, eta interesekoak diren edukietara sarbidea ematen duela uste dute, baina konfidantza gutxi agertzen dute, alde batetik telebista igorle eta ekoizleekiko, eta bestetik ikus-entzuleriaren gaitasunekiko, haiek barne hartuta. Halere ez dute, oro har, telebistarik munduko bizi-mundurik irudikatzen.

6.2.2. HELDUAK 1: EGUN AMAIERAKO SARIA

Gazteen adin-taldearen ispilua osatzen du, hein handi batean, Helduak 1 taldeak. Gazteentzat nagusiki negatiboa zena positiboa da hemen. Aisiaren norabide positiboak adin-talde honetan jasotako erantzunen garrantziaren %76a jasotzen du, hiru laurdenetik gora (%44a aisia exotelikoak eta %32a aisia autotelikoak), eta urrun gelditzen zaizkio norabide negatiboarekin lotutako aisia absentea (%14) eta aisia kaltegarriak (%10) osatzen duten %24 horri. Talde honetan ere telebistaren aisiazko esperientziak bi bloketako txandakatzea agertzen du hala: aisia exotelikoa eta autotelikoa lehen mailan, eta aisia absentea eta

14. GRAFIKOA: HELDUAK 1 TALDEAREN TELEBISTAREKIN LOTUTAKO AISIAZKO KOORDENATUEN GARRANTZIA ERLATIBOA (EHUNEKOTAN, IDATZIZKO KONTAKIZUNA) ETA AISIAREN NORABIDEA

kaltegarria bigarren maila.



Iturria: norberak egina

Norabide positibodun aisiak garrantzia handiena hartzen duen adin-taldea da Helduak 1, baita aisia exoteliko eta autotelikoaren arteko oreka handiena agertzen duena ere (%44 eta %32, hurrenez hurren). Aztertutako adin-taldearen artean telebistaren esperientzia baikorrena duen taldea dela esan dezakegu beraz, idatzizko kontakizunari erreparatuta behintzat.

Hala ere, aisia exotelikoa da gailentzen dena: koordinatu honekin lotutako esaldiak 28 aldiz aukeratu dituzte talde honetako partaideek, 74 puntuko garrantziarekin guztira. “Telebista erabilgarria/baliagarria da” (29 punturekin) eta “Telebistak munduaren berri ematen dit” (27 punturekin) esaldiak nagusitzen dira bertan, “Ikasi egiten dut telebistarekin” esaldiaren aurretik (20 puntu). Edozelan ere, aipagarria da koordinatuaren hiru adierek lortzen duten oreka maila, beste talde eta koordinatu batzuetan askosaz ezberdintasun nabarmenagoak

aurkitzen baititugu. Oreka erlatibo honek, oro har koordinatuak jasotzen duen puntuazio erlatibo eta absolutuarekin konbinatuta, aisia exotelikoak Helduak 1 taldean duen garrantziaren berri ematen digu.

Ahozko diskurtsoari erreparatuta, nabarmena da telebistari aipatu hiru funtzioez gain eguneroko jardunean hainbat erabilera ematen zaizkiola talde honen baitan, hasi etxeko laguntasuna ematen duen zarata familiarretik, telebista tradizioanalaren kontzeptutik aldentzen den (baina telebista ikustearekin lotzen den) hizkuntzak praktikatzeko ohituretaraino:

BE 40 E b: (...) eitten deu, kalera badue be telebisinoa biztute. Sartzerakuen entzuteko ya zaratie, telebisinoko zaratie. (...) Baie gizonak ipadean bai ikusten dau ingleseko pelikulak eta ikasteko. bai erabiltzen dau.

Lasai egoteko aukerak eta tarteak sortzeko erabilera ere sarri aipatzen da, baita familia osoa haren inguruan biltzeko ere. Horrela, telebista piztearen azken xedea ez da telebista ikustea, horrek ahalbidetzen duena baino (exotelismoaren definizioa bera):

BE 37 G: Niri lasaitasune bebai. Ez daitx, apurtxu bat egotie ikusten lasai lasai, atentzinue bertara bakarrik.

BI 49 E: Niretzako familia batzeko momentue ere bada. Gu etxean telebisinoaren inguruan baino ez gara batzen. Edo jateko, edo telebista ikusteko. Guk telebista bakarra daukagu etxean, ta orduan gabeen danok jesartzen gara sofan telebistaren inguruan.

Munduaren berri izan eta gauza berriak ikusteko aukera, aipatu egiten den arren, berehala bestelako hedabideekin alderatzen da (internet, prentsa, irratia...). Egon, badago, baina ez da zentrala telebistaren erabilera informatiboa. Egunerokotasunean oso ondo txertatzen den tarte informatiboa izatearen abantaila aitortzen zaio, edonola ere:

BE 40 E: Da guk gero notizixek bebai asko eh? Mnduan zer pasaten dan. hombre, egunkarixe bebai irakurten du egun-egunien, baina barrixek eta apurtxu bat entzutie gustaten dazku bebai.

Aisia autotelikoaren koordinatuarekin lotuta, aldiz, 18 erantzun jaso ditugu, 54 puntuko garrantziarekin orotara. “Gustatu egiten zait telebista” (25 punturekin) eta “Nahi dudana aurkitzen dut telebistan” esaldiak (18 punturekin) gailentzen dira aisia autotelikoarekin lotutakoen artean. “Nahi dudana aurkitzen dut telebistan” esaldiak, azkenik, 11 puntu lortzen ditu. Interesgarria da aukeran hartutako lau esalditatik hiru aisia autotelikoarekin lotzen dituen 39 urteko gizonezko honen kasua. Harentzat, telebista aisia beraen sinonimoa da ardura eta betebeharez betetako eguneroko bizitzan:

BI 39 G: Osea ya amaitu dozu hemengo lana, amaitu dozuz etxeko lanak eta umeen kontuak eta hurrengo eguneko gauza guztiak prestatu dozuz da momentu horretan

jesartzen zara sofan, pizten dozu telebista eta guri berdin jaku zer dagoen. Batez be, osea, azken finean jartzen dozu, ikusten dozu apurtxu bat, hitzegiten dozu apurtxu bat, ba ez dakit, bost minutu. ta gero ya. (...) Normalean egiten doguna da umeak oheratu, ya gauzak batu. eta ya telea pizten dogu eta igual momentu hori igual ya inkonszienteki lotzen dozu erlaxazioarekin.

Telebistaren esperientziak, modu horretan, aisia autotelikoaren ezaugarriak hartzen ditu: aukera askatasuna, gogobetetasuna, beste xederik gabekoa (“guri berdin jaku zer dagoen”)...

41 urteko beste emakume honentzat ere telebista ikustea, berez izaten da atsegingarria sarri, edukia bera bigarren plano batetara pasatu daitekeelarik. Adin-talde honetan umeen ardurak eta bestelako betebeharren kargak hain hartzen du egunaren zati handia, ezen telebista norberaren aisialdiaren sinonimo bilakatzen den, eta aisia autotelikoarekin lotzen den telebista ikusi ahal izateko tartea. Eguneroko norberarentzako tarte autoteliko bezala hartzen eta apreziatzen da, unetxo baterako bakarrik bada ere:

BE 41 E: Beste egunien ailega gazenien hamabixek eta pikun. ordubatetan sartu nai ohire ta biztu ein dot telebisinue. Ein dot zapping apurtxu bet, amatau ta.

Esan bezala, Helduak 1 adin-taldean norabide negatibodun aisiak askosaz garrantzia txikiagoa agertzen du, norabide positiboarekin alderatuta. Aisia absentearekin lotutako esaldiek 23 puntuko garrantzia jasotzen dute guztira: 14 puntu “Aspertuta nagoenean jartzen dut telebista”-k, 7 puntu “Telebistak aspertu egiten nau”-k, eta 2 puntu bakarrik (eta erantzun bakarra) “Denbora galtzea da telebista ikustea”-k. Interesgarria da ikustea ahozko kontakizunean apenas lotzen dela telebista ikustea aspertzearekin (dela asperraren aurkako erremedio gisa, edo asperra eragiten duen jarduera legeez). Umeak bai, aspertzen dira, eta telebistara jotzen dute (eta honek normalean ez dituela inoiz aspertzen aipatzen da), baina adin-taldekide hauen artean ez da hain ohikoa.

Aisia kaltegarriari dagokionez, 16 puntutako garrantzia hartzen dute harekin lotutako esaldiek. “Telebistak beste gauza batzuk egiteko denbora kentzen di” lehenengo postuan 8 punturekin, “Telebista gehiegi ikusten dut” bigarren postuan, 6 punturekin, eta azkenik “telebista adiktiboa da” 2 punturekin (bi erantzun). Ikusten denez, beste lau koordenatuekin lotuta, oso agerpen anekdotikoa agertzen du.

Ahozko kontakizunera joanda, telebistarekin lotutako esperientzia txarren errelatoa telezaramaren inguruan artikulatzen da batez ere, baina kritika ez da inolaz ere telebistaren osotasunera hedatzen, eta norberaren (eta gurasoen) ardurarako deia egiten da behin eta berriro, telebistako eduki egokiak aukeratzerako orduan. Telebistaren erabilera okerrak, bestalde, bai ikus-entzulerenak eta bai erakundeenak ere izan daitezke:

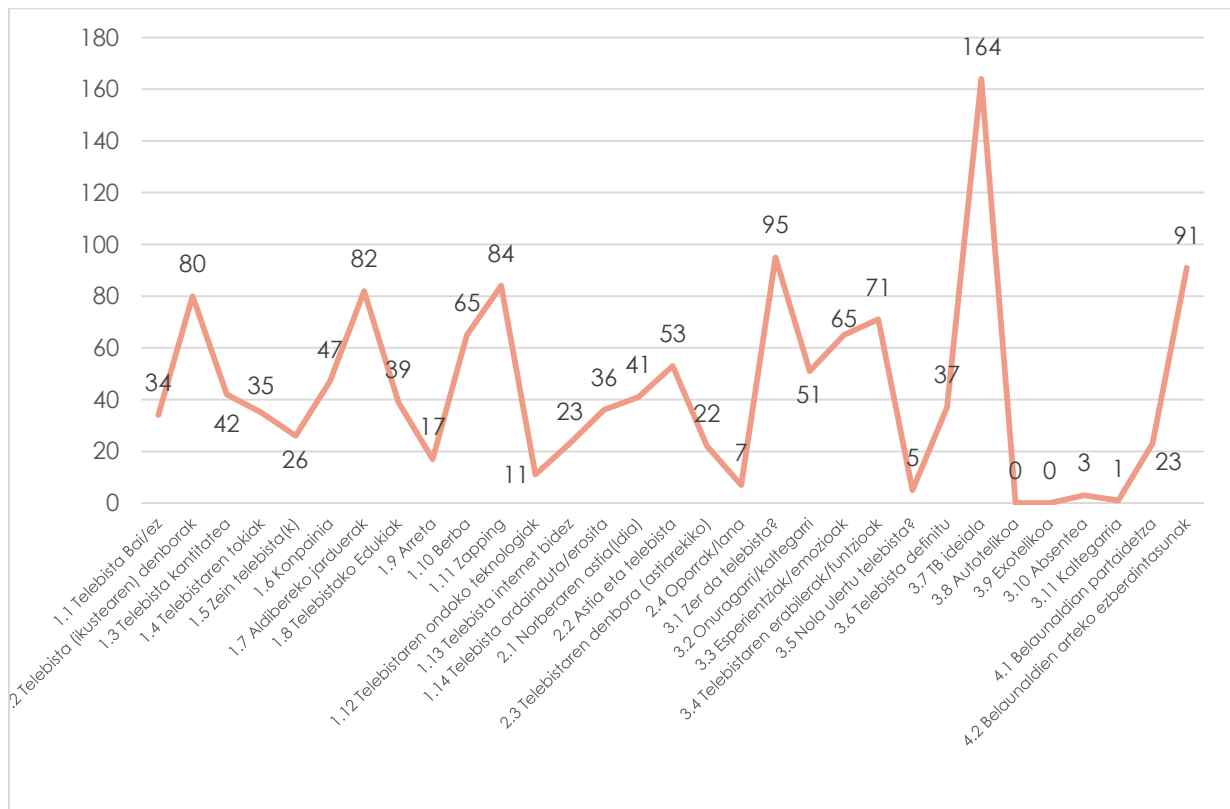
BI 39 G: Segun zelan erabiltzen dozun. Eta zelan erabiltzen dan. Instituzioen aldetik eta hori guztia.

Ahozko kontakizunean zehar izandako parte-hartze kopuruari begiratzuz gero, telebista idealari buruz jasotako parte-hartze kopurua ("3.4 Telebista ideala" kode fokalizatuan jaso) oso deigarria da, praktikan bikoiztu (eta baita lauhoiztu ere, kasu batzuetan) egiten baitutu, bere 164 pasarterekin, bestelako gaiek jasotako pasarte kopuruak.

Izan ere, Helduak 1 adin-taldean eztabaida biziak jaso dira, beste telebista posible eta desiragarrien inguruan: iragarkiduna, iragarki gabea, edukien aukeraketa ikus-entzulearen esku uzten duena, kalitatezko edukia eta zinemako estreinaldiak eskaintzen dituen... Adostasun maila txikia agertzen dute parte-hartzaileek hala ere: euskara hutsezkoa, erdara eta euskara dituen, kotileo programaduna, gabea... Horrek guztiak, aisiaren norabide positiboarekin lotutako telebistaren esperientziarekin batera, telebistaren errealitate subjektibo ezberdinen existentzia mahaigaineratzen du: egun dagoen telebistak bezala, etorkizuneko telebistarekiko iritzi eta perspetiba, esperientzia eta kontaktu modu oso ezberdinak daude.

Oro har, Helduak 1 taldeko partaideek telebistaren esperientzia positiboa transmititu digute, eguneroko aisiaren kontzeptuarekin, eta batez ere atsedean hartzearekin, eta entretenimenduzko eta informatzeko esperientzien bizipenekin lotutakoa.

15. GRAFIKOA: HELDUAK 1 TALDEAREN GAI NAGUSIAK TELEBISTAREKIKO HARREMANEAN: AHOZKO KONTAKIZUNA



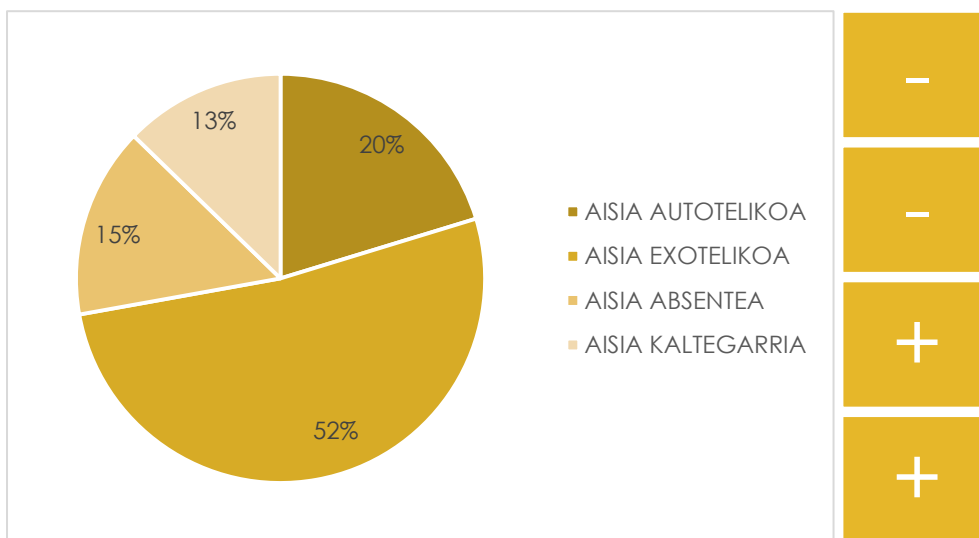
Iturria: norberak egina

6.2.3. HELDUAK 2: ERABILERA ANITZEKO KUTXA

Helduak 2 taldeak aurreko adin-taldeko helduekin antzekotasun nabariak agertzen ditu, nahiz eta ezberdintasun esanguratsuak ere aukeratzen ditugun. Hasteko, aurreko taldeak bezala, Gazteen ispilua dirudi, aisiaren norabideari dagokionez. %52ko garrantzia aisia exotelikoari emanda, eta beste %20 aisia autotelikoari, idatzizko kontakizunean jasotako garrantziaren ia-hiru laurden norabide positiboarekin lotzen dira talde honetan. Atzean gelditzen dira aisia absentea (%15arekin) eta aisia kaltegarria (%13a).

Adin-talde guztien artean Helduak 2 taldean ematen zaio zalantzarik gabe garrantziarik handiena aisia exotelikoarekin lotutako esaldiei (110 puntu biltzen ditu, guztira, aukeratutako 44 esalditan). Helduen bi taldeetan nagusitzen da koordinatu hau, baina bereziki 50 eta 65 urtekoen artean, koordinatu bakarrak garrantzia erlatiboaren erdia baino gehiago hartzen baitu. Idatzizko kontakizunari erreparatuta, beraz, telebistaren ulerkera utilitarioena daukan adin-taldearen aurrean aurkituko ginateke, eta norabide negatiboak daukan garrantzia erlatibo txikia ikusita, honen gaineko domeinu handiarekin gainera.

16. GRAFIKOA: HELDUAK 2 TALDEAREN TELEBISTAREKIN LOTUTAKO AISIAZKO KOORDENATUEN GARRANTZIA ERLATIBOA (EHUNEKOTAN, IDATZIZKO KONTAKIZUNA) ETA AISIAREN NORABIDEA



Iturria: norberak egina

Aisia exotelikoaren baitan, “telebistak munduaren berri ematen dit” esaldia aukeratu da lehen posizioan (57 punturekin), “telebista erabilgarria/baliagarria da” bigarren (29 punturekin) eta “Ikasi egiten dut telebistarekin” hirugarren (24 punturekin). Munduaren berri emate hau batez ere informatiboekin lotzen da batez ere ahozko kontakizunean, nahiz eta, ikusiko dugun bezala, ez den telebistaren erabilgarritasun nagusi bezala aipatzen.

Izan ere, telebistaren dimentsio exotelikoan sakonduz, atsedean hartzeko tarteak eduki ahal izatearekin elkartuta azaltzen da telebista adin-talde honetan. Telebistaren aurreko denborak atsedean hartzea, deskonektatzea, lasaitasuna eta erlaxatzea ahalbidetzen ditu, eta horrela, telebista ikustearen denboraren esperientzia atsedenaldiaren ideiarekin nahasten da:

MU 51 E: Horixe. Ez da beste zerbait egin behar duzun denbora, ba deskansoan duzun denbora.

MU 55 E: Bai, ze gura badozu amataten dozu eta zure gauzetan, baina ez, zauz deskantzaten eta ikusten.

SA 56 E: Niretzat da hori, deskantso bat, eta gainera burua beste puntu batean ipini eta da hori, gauza guztiak ahaztu eta.

Atsedean hartzea eta telebista ikustea, jarduera ezberdinak diren arren, bateragarritzat, eta sarri banaezintzat hartzen dira Helduak 2 taldean, alde batetik telebista ikustea ahalegin handirik gabe egin daitekeen jarduera delako, eta bestetik telebistak erlaxatzeko tarte bat, posizio fisiko bat, jarrera bat hartzea ere posibilitatzen duelako. Telebista, zentzu horretan, eguneroko erlaxazio, deskonexio eta atsedenaldirako bitartekari bihurtzen da.

MU 51 E: Telebistako denbora da erlajazio denbora, orduan ez da galtzea denbora, da erlajatzen zaren bitartean hori dekozula aurrean.

Lehenago aipatu dugun telebistaren bidez munduaren berri izateak maila teorikoan ondo zehaztuta egon daitezkeen mugak zeharkatzera garamatza, printzipioz aisia exotelikoaren baitan kokatu arren, koordenatuak ez baitira hermetikoak eta zurrinak. Adibidez, eta aisia autotelikoari dagokionez, “Atsegina da telebista ikustea” esaldiak 22 puntu batu ditu. Idatzizko kontakizunean esaldi hau lehenengo postuan kokatzen duten gizon eta emakume batek telebista “gustora ikusteko” tartea informazioa modu erlajatuan jaso eta prozesatzeko aukerarekin lotzen dituzte:

LE 53 E: Eta goizetan badaukat nik ohitturia, por ejemplo, eiitten dot Euskal Telebista ipinten dot, egoten da txarlak, mahaikuak, eta behian ipinten dau periodikuan dakatzun guztixa, zer pasaten dan, titularrak eta, eta leituten dudaz titular guztixak ikusteko zer datorren, hori ohitturia badaukat, goizean, goizeko bederatziak parian edo izaten da, eta titularrak edo hori, badaukat ohitturia.

LE 55 G: Nik. ez da holan, baina gitxi gorabehera ideia da hasieran irratian entzuten dut berri bat, eta joaten naizenera etxera pixka bat, ez dakit, konfirmatzeko edo, pizten dot ia zelan. kontrastatzeko datuak eta informazioa.

55 urteko gizonetakoak gainera esplizituki aitortzen du esperientzia erabat ezberdina izaten dela telebista “ikusteagatik” ikusten denean, edo zerbaiten bila joanez gero (bere kasuan informazioaren kontraste edo irudi bila):

LE 55 G: Hori bai, azken batena aukeratzen dozuna, aukeratzen badozu gauza bat ba ezberdina da.

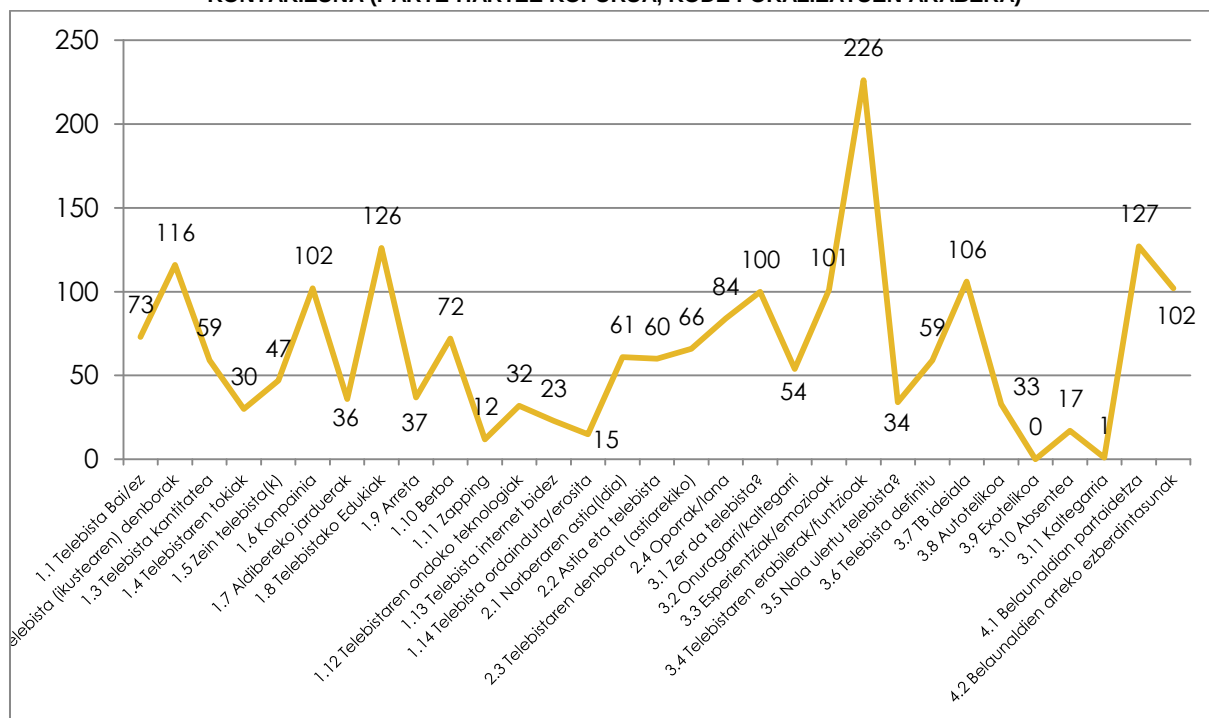
“Atsegina da telebista ikustea” esaldia 3. lekuan kokatu duen beste 50 urteko emakume baten ustez berriz, telebistak une zehatz batzuetan, gustuko serie edo igande arratsaldeetako “gustoko peli” batzuekin eskaintzen du aisiazko bizipen hau. Une bereziak dira, eguneroko bete-beharrekin tartekatu daitezkeenak, baina bestelako aisialdi bat, benetako aisiazko aldi bat eskaintzen dutenak:

BI 50 E: Bai, bai bai bai. Eta hori da gehien gustatzen zaidana. Nigatik eukiko nuke egunero horrelako gauza bat. Ez daukat, baina. (barre). Oso-oso relajantea da niretzat istoriatxo hori jarraitzea. ez dira luzeegiak, iragarkirik ez balego hobeto, baina bueno. batzutan iragarkiak ere ondo datoz labadorako arropa atara eta eskegitzeko, edo haginak garbitzeko edo bueno. (barre).

Atsegina, eta atsedena, erlajazioa, entretenimendua eta informazioa, hortaz, eguneroko bizipen positibo batean uztartzen dira Helduak 2 taldeko partaideen ustez, eta sarri ez da erraza batzuk eta besteak bereiztea.

Ahozko kontakizunean zehar izandako parte-hartze kopurua koherentea da idatzizko kontakizunean jasotako arrastoekin: “3.4 Telebistaren erabilerak eta funtzioak” kode fokalizatuaren inguruan beste batezbesteko kopuruaren pasarte bikoitza jasotzen da, telebistaren esperientziaren alde exoteliko edo utilitarioen inguruko elkarriketak islatuz.

17. GRAFIKOA: HELDUAK 2 TALDEAREN GAI NAGUSIAK TELEBISTAREKIKO HARREMANEAN: AHOZKO KONTAKIZUNA (PARTE-HARTZE KOPURUA, KODE FOKALIZATUEN ARABERA)



Iturria: norberak egina

Honekin, noski, ez dugu adierazi nahi Helduak 2 adin-taldeekideen telebistaren esperientzia perfektua edo akasgabea denik, ez baita hala, eta ez baitute horrela adierazi landa lanean zehar. Baina orohar, beste adin-taldeek baino asebetetze maila handiagoa agertu dutela esan daiteke, baita telebistaren “tresna” ulerkera handiagoa ere, aisiaren perspektiba exotelikotik: dela informatzeko, entretenitzeko, edo lo hartzeko:

MU 58 G: Niretzat lo. somniferoa da telebista, baina terriblea.

Arazo edo aurpegi negatiboagoen aldetik aisia absentearekin lotutako “Aspertuta nagoenean jartzen dut telebista” azpimarratu daiteke (22 punturekin 8 erantzunetan), koordinatu berarekin lotutako beste bi esaldien oso gaitetik. Apenas jaso den erreferentziarik telebistarekin aspertu edo telebista ikustea denbora galtzea denari buruz, idatzizko kontakizunean.

Telebista denbora pasa bezala aitortu eta ulertzen dute sarri talde honetako partaideek, baina bereizketa egiten dute denbora pasatzearen eta denbora galtzearen artean. Hala ere,

aitortzen dute telebistak denbora hartzen duela, eta batzuetan damua ere agertzen da, denbora asko igaro izanagatik, edo berandurarte telebista aurrean gelditu izanagatik:

MU 51 E: Hurrengo eguneko goizean esnatu behar nazenean, sei t'erdietan, esaten dozu "kaguen, zergatik geldittuko nintzen amaierara arte?, total banekin amaiera". Baina momentu bakarra, bestela ez.

Kuantitatiboki, Helduak 2 taldekideen aisia kaltegarriari emandako garrantzia ez da handia (27 puntu guztira), nahiz eta argi uzten duten haren arazoez kontziente direla. "Telebista adiktiboa da" esaldiari adibidez 18 puntu ematen dizkiote garrantzian. Ahozko kontakizunean berriz erreferentzia nagusiak edukiei dagozkienak dira, batez ere *Intereconomia* bezalako kateen inguruan (pertsona batzuk, batez ere gizonezkoak, zale deklaratzaren arren, beste batzuek manipulazio, propaganda eta gorrotoarekin lotzen dute) eta gaitz eta morboaren inguruko programazioaren ingurukoak:

AL 56 G Sandra Palo, hori. Gainera hori, gordinkeri osoan, ama ere... Holan urduritasunak, kirio dariola eta han, telebistakoa benga, bere ganen, ea aurpegi zelan ipinten zuen... Horren bila dabilta.

Oro har, Helduak 2 taldeak Helduak 1 taldearekin antzekotasunak agertzen ditu telebistaren eguneroko bizipenean, baina telebistaren ulerkera eta erabilera instrumentalagoa iradokitzen duen aisiaren zentzu exoteliko askoz indartsuagoarekin. Telebista, kasu honetan, ez da hainbeste eguneko betebeharrak amaitu ostean heltzen den norberarentzako astia, baizik eta helburu batzuei (eta ez besteei) ondo erantzuten dien aparailua.

6.2.4. NAGUSIAK: MUNDURA IREKITAKO LEIHOA

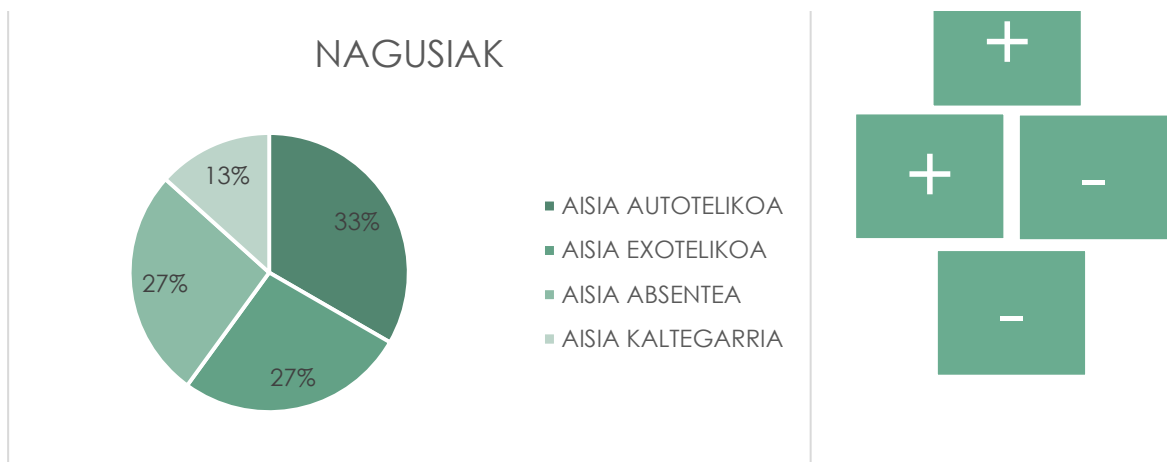
Nagusia adin-taldean arazoak izan ditugu idatzizko kontakizunak osatu eta jasotzerako orduan, eta arazo hauek kontuan hartu behar dira emaitzak interpretatzeko orduan. Funtsean, eztabaida talde batean gaizkiulertze bat egon zen parte-hartzaileek bete beharreko fitxaren azken ariketan, eta aukeran emandako lau esaldi aukeratu zituzten, hauek garrantzian ordenatu beharrean⁵²¹. Nagusien egoitzan burututako eztabaida talde berriz, parte-hartzaileek arazoak izan zituzten datuak idatziz betetzeko, eta ahoz jaso genituen. Muga hauek, beraz, emaitzak baldintzatzen dituztela agerikoa da.

Hala ere, interesgarria da ikustea emaitza beste adin-taldeen kasuan baino askoz orekatuagoa dela aisiaren koordinatuekin lotutako esaldiei dagokienez. Lehenengo postuan

⁵²¹ Honek aisiako koordinatuen garrantzia erlatiboaren banaketan eragina izan duela begibistakoa da, aukeratutako esaldi guztiei puntuazio maximoa eman baitiegu, lehenengo posizioan aukeratuak izan balira bezala.

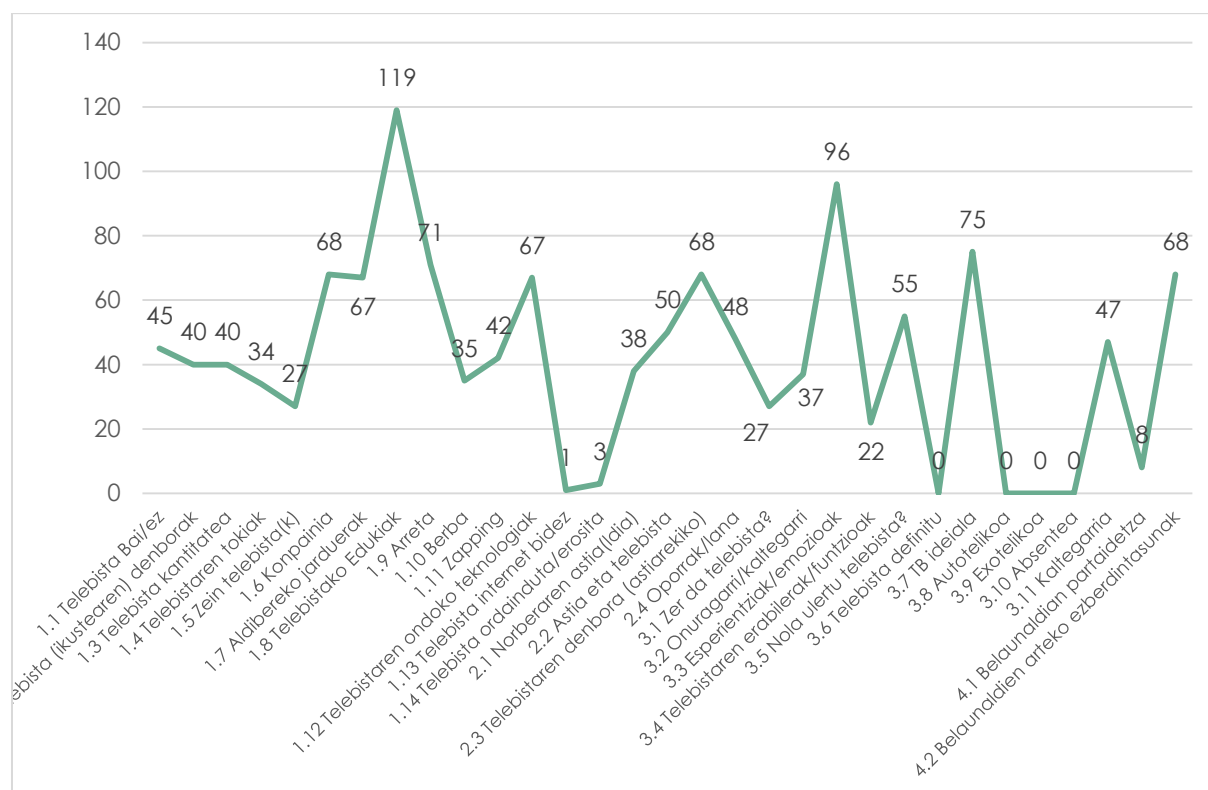
aisia autotelikoa ageri da (kasu bakarra, talde guztien artean, %33ko garrantziarekin), bigarren postuan parez-pare ageri zaizkigu aisia exotelikoa eta absentea (garrantzia erlatiboaren %27arekin), eta azken postuan aisia kaltegarria ageri zaigu (hau bai, beste adin taldeen antzera, %13ko garrantziarekin). Orain artean aipatutako aisiaren norabidearen txandakatzearen beste aldaera bat agertzen du, hortaz, Nagusiak taldeak, positiboa lehenengo, positiboa eta negatiboa bigarren, eta negatiboa azkeneko postuan. Landa lanean izandako arazoak direla medio, ez diegu nagusien idatzizko kontakizunari leku gehiagorik eskainiko.

19. GRAFIKOA: NAGUSIAK TALDEAREN GAI NAGUSIAK TELEBISTAREKIKO HARREMANEAN: AHOZKO KONTAKIZUNA (PARTE-HARTZE KOPURUA, KODE FOKALIZATUEN ARABERA)



Iturria: norberak egina

Ahozko kontakizunean zehar izandako parte-hartze kopuruari erreparatuta, nabarmentzen den gaia edukiena da: “1.9 Telebistako edukiak” kode fokalizatuaren inguruan 119 parte-hartze biltzen dira, batezbesteko kopuruaren gainetik. Ondotik “3.4 Telebistaren erabilerak eta funtzioak” kodea dator, 96 pasarterekin. Izan ere, bi gai hauek, elkarriketen momentu ezberdinetan tratatu diren arren, oso lotuta agertzen dira adin-talde honetan, telebistako edukiek erabilera, onura, edo funtzio ezberdinak jokatzen baitituzte parte-hartzaileentzat.



Iturria: norberak egina

Are gehiago, telebistaren ordutegiak eta errutinak, edukiak igortzen diren uneak determinatzen du askoren ustez telebista ikusi ala ez ikusi, modu batera edo bestera jarri arreta, eta, finean, telebista ikustearen esperientzia bera. Oro har, adin-talde honen baitan elkarrizketatutako pertsonen oso argi dute zer, zein kanaletan eta zein ordutan ikusi telebistan. Badakite gustuko saioak noiz hasi eta amaitzen diren, zein saio ikusi elkarrekin, zeinek nork bere kasa, eta zein eduki negoziatu behar diren – edo amore eman- etxekoan, edo albokoan mesedetan.

Zapping-a, adibidez, errealitate bat da gehienentzat, baina batzuentzat plazer iturri eta telebista ikusteko modu legítimo bezala hartzen den artean, beste askorentzat ez du zentzurik, ikusi nahi den zerbait konkretua bilatzeko ez bada. Orokorrean, telebistaren edukiei buruzko iritzi informatuena eta ohitura argienak adierazi dituen taldea da nagusia: gustuko dituzten saioak eta formatoak ezagun dituzte. Hala, eguneroko jardunaren arabera antolatzen dute ikustaldia, eta alderantziz, ikustaldiaren arabera antolatzen dute eguneroko jarduna.

AU 85 E: Sálvame. Sálvame Diario. Emoten dabe. Ta gero emoten dabe zapatutan, edo barixakutan da? Ez, zapatutan, Sálvame Deluxe. Hori bai. Ta gero emoten dau La Noria emoten dau horretxek, Jordik.

BI 88 G b: Hori, ointxe botaten dau! Ointxe dauz botaten. Atzo Curro Romero bota eban. Zortzietatik bederatzietara.

LTDak ekarri dituen kate berriek panorama asko aldatu ote duen galdeta, ezetz diote, ez dela asko aldatu. Kriterioak eta zaletasunak argi izanda, hamar kate edo berrogeita hamar, antzerakoa da telebista ikustea haientzatko.

BI 83 E: Ez jat gustaten niri. Ez. Nik beste gauze batzuk daukot. Beste gauza batzuk.

Hala ere, edukiak eta hauen errutina oso garrantzizkoak diren arren, bada telebista ikustearen esperientziaren beste elementu garrantzitsu bat adin-talde honentzat: konpainia. Telebistak, alde batetik, laguntasuna ematen du hurbileko pertsonen faltan, alargun gelditu berri den Lezamako emakume honen kasuan bezala:

LEZ 67 E Telebisino niretzat, laguntasune? Badakizu denbora asko ez dotela euki. Lehen. Oin ez da bardin. Oin ordu gehiau dekot. (...)Bueno, arrastien igual kendu, imini, baina ez halan segiduen igual ez, baina bueno, badinotzut, niretzat telebisino hori, laguntasune da. Igual, ba ez dakit, triste edo. piztuten dot telebisino eta esan leike batenbat dauela etxen edo, halako.

Bestetik, telebista konpainian ere ikusten da, dela egoitzan, kideekin, edo etxean, familiarekin adibidez. Halakoetan, edukiak bere protagonismoa galtzen du, eta inguruko lehentasunak bihurtzen dira sarri telebista piztu ala ez, eta zer jarri, baldintzatzen dutena:

AU 67 G: Bai bai bai, ez, gurien be holan egoten da eh? Anaie. umiek badauz harek bebai eta amatau barik lez egoten da, esateko moduen. Oin. neuri ba. nik elektrodomestiko bat edo zer bat kendu behar izan ezker lehengo kenduko neukena da.

AU 77 G: Derrigor biduz honek telebisino zerak, umien telebisinoa ipini bidozu.

AU 85 E: Da zortzikue etorten danin gurera, ni telebisinoien banau zer bat ikusten, neuk be ez dakittela kanbixetan dozte telebisinoie berak gure dabenak ikusteko. Neuk be ez dakit, ene!

Hortaz, esan daiteke telebistak konpainiaren funtzioa betetzen duela, zuzeneko konpainiarik ez dagoenean (zarata eta laguntasuna emanez), eta etxeko eta egoitzako harremanetan bitartekari edo girotze lana ere burutzen duela, kasu horretan edukiaren gaineko kontrolak garrantzia galtzen duelarik (agian, besterik egin ezean, etxeko txikiek konturatu gabe ere aldatzen baitituzte kateak, Aulestiako emakumeak kontatu bezala).

Konpainia Nagusiak taldean oso garrantzizko elementua bada ere telebistaren esperientzia karakterizatzerako orduan, bada beste ezaugarri bat agian askoz berezkoagoa zaiena : telebistarekiko miresmena. Orain artean aztertu ditugun adin-taldeetan modu batean edo bestean telebistak eskaintzen dituen aukera eta potentzialtasunak aitortzen diren arren, Nagusiak taldean azaltzen da bene-benetako errekonozimendua eta esker ona :

Munduaren berri izateko orduan, telebista da taldekide askorentzat komunikabide nagusia, eta lehenengoa. Irratia eta prentsa ere jarraitzen dituzten arren, telebistak eskaintzen du sarri munduarekiko eta gaurkotasunarekiko lotura eta leihoa. Iritzi hau bereziki nabarmena da egoitzan dauden pertsonengan, autonomia mugatuagoa baitute :

BI 75 G: Adelanto barrixek ikusteko ta, telebisino ona dok. Telebisinorik ez balegoke, ezegaz be ez ginakezako enterako ta.(...) Bueno, informau klaro, informau. Baten batek gauza ederra inbentau juan telebisinoaz. Bai gero!

BI 75 G: Nik eh. denbora gehixena telebisinoan emoten joat. Da beste buelta bat, paseo apur bat ein da. telebisinora. Gauza asko jakitteok. Ostantzien tonto egongo ginakezan, tonto.

AU 74 E: Gauza askogaz enteretan zara.

Albistegien bidezko informazioa ez ezik, telebistak entretenimendua, denborapasa, elkarriketa eta eztabaidarako gaiak, munduari buruz iritziak formatu ahal izateko iturriak... denetarik eskaintzen duela aitortzen dute hala. Hala ere oso kritiko ageri dira telebistaren hainbat alderdiri buruz, batez ere edukazio eta portaera eskasa agertzen duten saioekin, eta morboan oinarritzen diren edukiekin (nahiz eta hainbat parte-hartzailek gustora ikusten dituztela onartzen duten) :

LEZ 67 E Ez, ez. Ez, ez. Ez dazte gustaten oin, honek programak e. esangotzut. cotilleo. Hor, hori ez dazte gustaten. Hori fuera, osea, ez dazte gustaten hainbeste.

LE 78 E: Ez. urteten dabe, haren bizixa, ta beitu zer esan eban, ta beitu Fulanok zer ein ddaben ta beitu Zutanok eta. baina asko ikusten da hori e? Ta gero zapatutan dago beste bat, Deluxe. Aste barruan dagona Salvame bakarrik deitzen da. Deluxe zapatu gabetan egoten da.

Laburbilduz, telebistak nagusien adin-taldeko partaideen eguneroko bizitzan leku handia betetzen duela esan dezakegu, haien kontakizunaren arabera. Telebista laguna da gehienentzat, konpainia eta akuilu, pizgarri eta egunaren egituratzaile. Eta, bere kontraesan, lorpen eta mugekin, mundura zabaldutako leiho. Hainbatentzat, gainera, ia- bakarra.

6.3. ADIN-TALDE ETA BELAUNALDIEN ARTEKO HARREMANA

Aurreko atalean adin-taldeen telebistaren esperientziaren karakterizazioa aurkeztu dugu, baina ez dugu oraindik belaunaldiaren kontzeptuan sakondu. Gabezia horri aurre egiteko, belaunaldiaren kontzeptura hurbilduko gara eta berau erabiliko dugu atal honetan adin-talde ezberdinek telebistarekin lotutako aisiazko bizipen eta esperientziak alderatzeko.

Belaunaldiak partaidetza subjektibozko nortasun bezala ulertu ditugu lan honetan, esperientzia banatua eta ulermen banatua partekatzen dituzten talde bezala. Adin-taldeek aldiz, izenak dioen bezala, ikerlariak definitutako adin kohorte jakin bati egiten diote erreferentzia. Hala, ezaugarri objektibo eta subjektiboen arteko elkarrekintzan kokatzen gara berriro ere, belaunaldietako partaidetza ez baita ezerezean ematen, koordinatu soziodemografiko eta historiko batzuetan kokatuta baizik, eta adin-taldeek ere ez baitute, bere horretan, belaunaldi jakin baten eraikuntza eta partaidetza zuzenean determinatzen.

Hori horrela ulertuta, adin-taldeek belaunaldien kontzeptuarekin agertzen duen lotura bi perspektiba ezberdinetatik aztertu dugu. Batetik belaunaldi baten partaide sentitzen al diren, eta zergatik, galdetu zaie. Bestetik, balizko belaunaldien artean oro har, eta telebistarekiko harremanari dagokionean ezberdintasunik nabaritzen duten galdetu diegu. Bi abiapuntuak osagarriak dira belaunaldiek telebistarekiko aisiazko harremanean izan dezaketen garrantzia esploratzeko. Lehenen abiapuntuak *emic* perspektibatik ⁵²² ekiten dio auziari, balizko belaunaldiaren partaidetzatik abiatuz telebistarekiko aisiazko harremanak aztertzeke. Bigarrenak, aldiz, *etic* ikuspuntua darabil, taldekidetzat aldarrikatzen ez diren belaunaldiei egozten zaizkien ezaugarriak jasoz. Adin-taldeen eta belaunaldien arteko harramenaren gakoa, hortaz, partaidetza subjektiboan kokatuko dugu, barrutik eta kanpotik belaunaldiek telebistarekiko duten harremana aztertzeke.

Emic eta etic perspektibek, finean, talde edo erkidego batekiko norberaren kokapenari erreferentzia egiten diote. Hala, lehenengo adin-taldeen belaunaldiekiko barne-ikuspegia landuko dugu, eta jarraian kanpoko ikuspegia, “bestearen” eraikuntza eta kontakizuna jasoko ditugu. Hala, lehenengo norberaren belaunaldiari buruz hitz egiteko eskatu diegu parte-hartzaileei, eta gero “beste” belaunaldiei buruz hitz egiteko. Ikusiko dugun legez, bi perspektibak osagarriak, eta sarri gainjarriak suertatzen dira.

⁵²² Ikus 1.,. Kapituluan “Telebistarekin lotutako aisiarako hurbilketa integrala: Astia-Aldia-Aisia eredua.”

6.3.1. BELAUNALDIETAN PARTAIDETZA: NORK BERE BELAUNALDIA

Lan honen iker-objektua pertsonen bizipen eta esperientzietan kokatzen denez, belaunaldien telebistarekiko aisiazko harremanak ikertzerako orduan lehenengo pausua elkarriketatutako parte-hartzaileei belaunaldi baten parte sentitzen eta aitortzen diren galdetzea da. Hori dela eta, ahozko kontakizunean, bai eztabaida taldeetan eta baita sakoneko elkarriketetan ere, zati bat eskaini zaie adin-talde ezberdinetako partaideei gai honen inguruan haien iritzia eman dezaten⁵²³.

Belaunaldiaren partaidetzaren perspektibatik, azpimarratu beharreko lehenengo gauza adin-talde guztietako parte-hartzaileek belaunaldi baten partaide sentitzen direla adierazi dutela eta berau adinaren arabera definitu dutelada. Eztabaida taldeen kasu guztietan belaunaldi partekatu hori adin-taldeekideekin osatu dute, “gu” bakar bat eratuz modu espontaneo eta naturalean, haien arteko adin ezberdintasunen arabera bereizketarik egin gabe. Ez da, zentzu horretan, eztabaida taldeetan parte hartu duten 67 pertsonen artean ezezkorik aurkitu, denek euren egin dute adin-taldea belaunaldizko gutasun baten inguruan hitz egiteko. Erreferentzialtasuna, hortaz, ikerlariak sortutako adin-taldeetatik abiatu da, eta handik abiatuta sortu da beste belaunaldiekiko jarduna (nagusiagoak, gazteagoak...). Sakoneko elkarriketen kasuan berriz, belaunaldiak senidetasunaren arabera definitu dira gehiago: gurasoak, seme-alabak, aitona-amonak...

Ezin esan dezakegu adin-taldeak eta belaunaldiak sinonimo zehatzak direnik⁵²⁴, baina gertutasun nabarmena azaldu dute. Gauza bera ez badira ere, adin-taldeak abiapuntutzat hartu dira, aztertutako kasu guztietan. Hau esanda, ezberdintasun nabarmenak daude adin-taldeek belaunaldiarekiko partaidetzari buruz artikulatzen dituzten elementuen eta partaide sentitzen diren belaunaldi horren ezaugarriei dagokienean. Goazen bada hauek adin-taldea aztertzeraz.

Gazteak adin-taldeko partaideek baietz diote, belaunaldi baten parte sentitzen direla telebista eta beste hedabideekiko harremanean. Izan ere, teknologia eta komunikabideekiko harremanak sarri aipatzen dituzte haien belaunaldiaren bereizgarri gisa. Hala, *Game Boy* eta *Playstation* kontsolak azaltzen dira erreferentzia gisa, haien belaunaldia horrelakoak erabiltzen hasi zen “lehen” izan zelako.

Teknologia mediatikoekiko identifikazioak eta hauen erabileran aitzindari izan izanaren kontzientzia honek, hala ere, ez du autokritikarik egiten ez denik esan nahi: teknologia

⁵²³ Belaunaldietan partaidetzari buruz jasotako pasarte kopuruak “Adin-taldeen telebistaren esperientziaren karakterizazioa”atalean kontsulta daitezke, adin-taldea, 13, 15, 17 eta 19. Grafikoetan.

⁵²⁴ Ikus, eztabaida horretan sakontzeko, kapitulu honetan bertan “Adin taldeen arteko berdintasun eta ezberdintasunak belaunaldien ikuspegitik”eta “Belaunaldiak eta telebistarekiko aisiazko esperientziak: hipotesi espikatiboa.”

berriak eskuratzeko irrika eta gailu berrienak eskuratzearen lehian atzean ez gelditzeko beldurra ere aipatzen dira, jarrera kontsumista eta antsietatearekin lotuta. Nolabaiteko berria den ororekiko menpekotasuna aitortzen dute, haiek partaide sentitzen diren belaunaldiari dagokienez, eta joera hori areagotuta ikusten dute gainera belaunaldi gazteagoengan:

DU 24 G B: Nire ustez gu izan ginien hasierie, o sea, hasi ginenak apur bat teknologia mundu horretan.

DU 24 E: Eta amaitzen beste garaixe.

DU 24 G B: Baina niretzako atzian datozenak ya jaiotzetik ya datoz con todo.

DU 24 G D: Totalmente, horrekin.

Eskuko telefona da, egun, haien ustez aldaketa handienak ekarri dituen, eta neurri batean haien belaunaldiaren ikono bezala hartzen dute, onerako eta txarrerako. Hala, sakelekoak haien ohitura sozialak ia-erabat aldatu dituela onartzen dute, alde batetik komunikazioaren teknologiekiko kontsumismoarekin lehen benetako kontaktu bezala aipatzen dutelako, eta bestetik egun mobilik gabe bizitzea ia-ezinezko ikusten dutelako. Hortan ere, lehenak izatearen kontzientzia agertzen dute argi eta garbi, gerora joera hori gizarteratu egin dela uste duten arren:

DU 24 E: Nik adibidez bai ikusten dot gu izen garela apur bat aldaketa. O sea, gu geratu izan gara mobil barik, o sea, ni urten izen naz kalera ta, lagunak? Ba egongo dira betiko lekuan, baina hori da en plan.

DU 21 E: Ba gu hasi ginen ya pilo bat tramankulo erabiltten eh? mobilekin, Game Boyekin hasi ginen apur bat, mobilekin be bai, Internetek harrapau dozkun de lleno. o sea, ni gogoratzen naz messengerrean eta pasaten nabezela orduek, eta ya. hori, txip aldaketa hori.

Elkarrizketatutako gazteek, orokorrean, euren burua belaunaldi baten parte ikusten dute baita telebistarekiko harremanean ere. Adibidez 14 urteko pertsona batengandik ezberdin ikusten dira, batez ere telebistako programazio ezberdina bizi izango dutelako, batzuek eta besteek. Haiek umetan izandako programazioa eta gaur egungo umeek eskura dutena arras ezberdin sumatzen dute, eta egungo umeek haiek baino telebista gehiago ikusten dutenaren sentsazioa dute oro har:

MU 20 E: Ni ez naz sentituten hamalau urteko ume batek iten dozuen gauza berdinen parte, ez dakit, diferentea da. (...) Nik pentsetan dot diferente izango dala. Ez dakit, eh? (...) Gero ta. guk asko ikusten badogu, eurek ondino gehiau, nik pentsaten dot.

MU 21 E B: Eta danean igarriko da, euren jarreratan be bai, nik pentsaten dot, ez da telebisinoa bardin oin edo duela hamar urteko programak.

MU 21 E: O guk ikusten genduzen marrazki bizidunak eta oin ikusten haurenak, berebai.

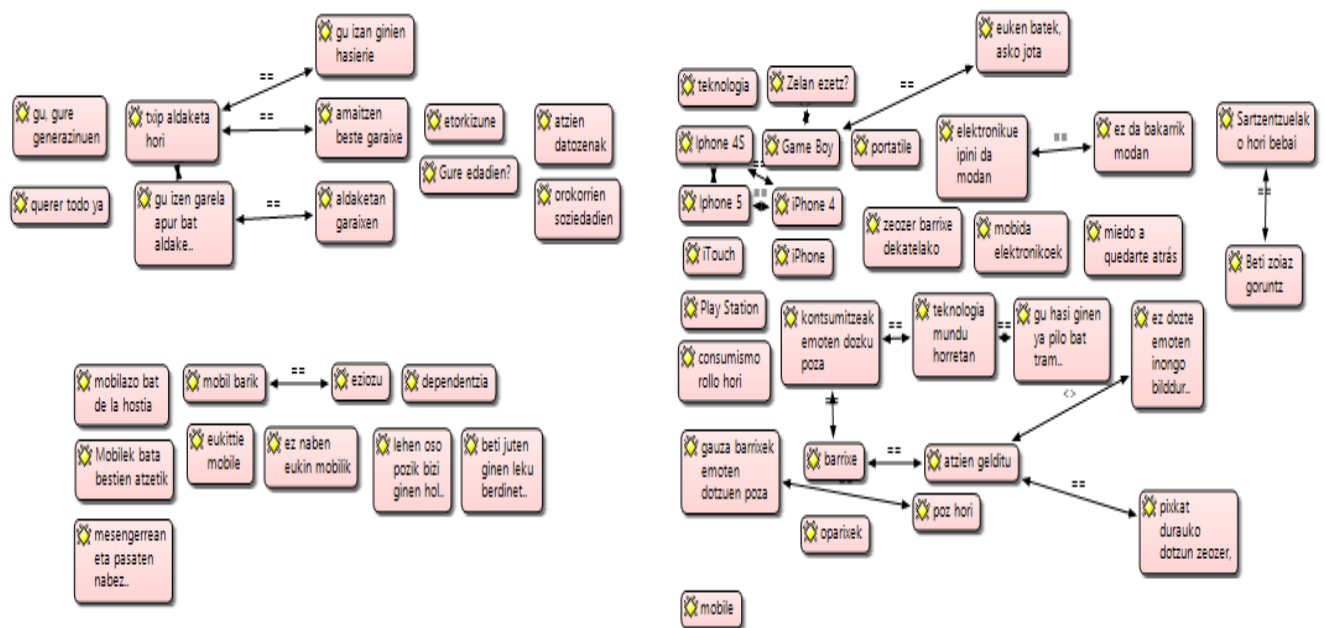
40. irudian gazteek haien belaunaldiarekiko partaidetzari buruz adierazitako in vivo termino esanguratsuak aurkezten ditugu. Bertan, hiru gai nagusi bereiztu daitezke. Batetik,

belaunaldi berezi eta bereizi bezala daukaten kontzientzia, komunikazioaren teknologietan emandako aldaketa global eta erradikal baten lekuko eta eragile izan izanarena. Hala, informazio eta entretenimenduzko teknologiekiko harremanen historia iraganean eta etorkizunean banatzen dituen puntu bezala ikusi eta adierazten dute haien belaunaldia.

Bigarren, komunikazioaren teknologiekiko zaletasun eta mendekotasun handia aitortzen dute, eta autokritika eta kezkarako elementu garrantzitsu bezala azpimarratzen dute, aparailu berri eta hobeagoak erosi behar hori, eta “atzean gelditu” ezin hori. Hortan, gizarte-aitzindari baino, haien burua gizarteko joera nabarmen baten adierazpen argi bezala aitortzen dute.

Hirugarrenez, eskuko telefonoa hartzen dute belaunaldi bezala komunikabideekiko duten harremanaren adierazle nagusi bezala. Hala, gazteek sakelekoa aldi berean ulertzen dute komunikazio sozialerako tresna erabilgarri eta baliagarritzat, eta komunikazio teknologiekiko (dela sare telefonikoa zein internet) dependentzia eta menpekotasun zeinutzat.

40. IRUDIA: BELAUNALDIETAN PARTAIDETZA (GAZTEAK)



Iturria: norberak egina

Helduak 1 adin-taldean ere badago belaunaldi baten partaide izatearen sentipen argia, eta batez ere telebistako erreferentzien konpartituen bidez identifikatzen dute (“hori gure sasoiku da!”): *Mazinger Z*, *Heidi ta Marco*, *V*, *Candy Candy*, *Barrio Sesamo*, *Verano Azul*... Talde honetan, telebistako eduki elkarbanatuek erreferentzia marko komuna osatzen dute, bizi izandako iragan komun baten memoria, zeinen inguruan belaunaldiaren gutasuna erraza den.

“Gure sasoia”, telebistako eduki jakin batzuk eman eta hartzen ziren garai hura, gaztetasun eta haurtzaroarekin lotzen da, eta garai hartan adin horietan bizi izanak osatzen du, hartara, belaunaldia, eta belaunaldiarekiko partaidetza. Xehetasun guzti-guztiak banatzea ez da beharrezkoa (pertsona guztiek ez baitzituzten saio guztiak ikusten), baina erreferentzia marko orokorraren aitortza, ordea, bai. Izan ere, denek ezagutzen zituzten aipatutako saioak.

Horrela, programazio jakin bat une historiko eta biografiko batean ikusi izanak lotura bat, “estrato bat” sortu izanaren sentipena agertzen du sakonean elkarrizketatu:

BI 39 G: Baai. Beitu kamiseta! [Mazinger Z-ren kamiseta darama soinean] (Barrez). Hau da bueno, txorrada bat, baina klaro, klaro! Hombre, azkenean. ba nik uste dot belaunaldi guztietan gertatzen dala, eta klaro, ez telearen aldetik bakarrik, baina bueno, telea hedabide bat da eta azkenean ikusi doguzanok ba hori, Mazinger Z, Vicky el Vikingo. nahita oin barriro ipini, ikono horrek. (...) Bai, azkenean elkarbanatzen dozuz ikonoak. Eta erreferentziak.

Parte-hartzaile batzuen ustez gaur egun umeentzako dagoen programazioa biolentoagoa da haien garaikoarekin alderatuta, eta ardura agertzen dute transmititzen diren balioen inguruan. Beste batzuek aldiz uste dute eskaintza zabala dagoela, baita transmititzen diren balioei erreparatuta ere:

BE 40 E: Bai. Badauz gauze onuragarrixe, baina baloriek eta igual nitzako apur bat galdu diez.

BE 40 E b: Ez, zabalaua da. Ofertie da zabalaua! Baie horrek. Liberad a Willy! Klaro dauzena! Baina daukozuz askoz be aukera gehixau! Liberad a Willy, 1 eta 2. Nire semiek egon diez tontotute ikusten! Da hurrengoko egunien dauz ikusten Gormitti, Dragon Ball eta danak. baina horrek bebai gustetan jakie!

Oso interesgarria da parte-hartzaile batek bere belaunaldiaren partaidetza dela eta dioena, ikuspegi objektiboa eta subjektiboa bereizten baititu: Koordinatu objektiboen arabera bere belaunaldia telebistaren eta irratiaaren belaunaldian kokatzen duen arren, bere burua “interneteko belaunaldikotzat” dauka, eta kokapen subjektibo horretatik abiatuta proposatzen ditu bere hausnarketak profesional eta intelektual moduan:

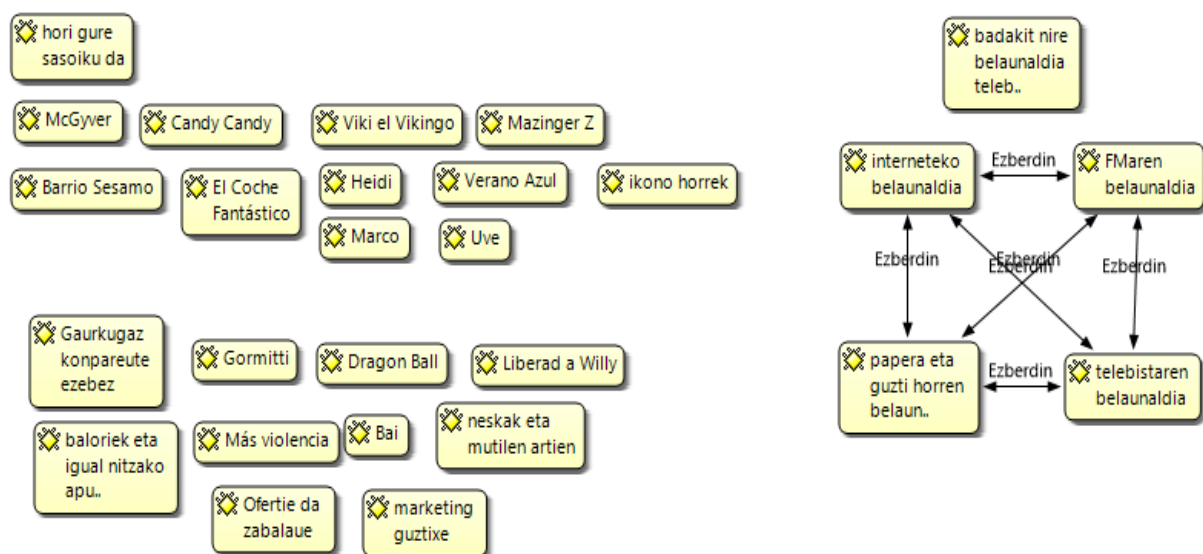
LA 40 G: Bueno, nik badakit nire belaunaldia telebistaren belaunaldiarena dela, FMaren belaunaldiarena dela, baina nik neure burua interneteko belaunaldikotzat daukat, eta orduan horren aldarrikapena egiten dut. Eta interneteko telebistaz egiten ditudala nire kezkak eta gogoetak, eta horren gainean jardungo nintzatekeela gusturago ia-ia. Alegia, ni, nahiz eta adinez eta bizi izandakoaz eta, tokatzen zaidan esatea telebista, eta papera eta guzti horren belaunaldikoa naizela, eta maite ditut medio guzti horiek, papera, irratia, telebista, nik neure burua laurogeita hamalautik hona interneteko belaunaldikoa bezala jotzen dut, orduan dena, gogoetak eta egiten ditudanak medioei buruz, kulturari buruz, politikari buruz, gauzei buruz, interneteko belaunaldiko filtro horretatik egiten ditut.

Hala, Helduak 1 adin-taldeari dagokionez hiru gai bereiz daitezke belaunaldiekiko partaidetzaren inguruan. Batetik, belaunaldi bezala aitortzeko erabiltzen den telebista saioz osatutako erreferentzia markoa, edukien zerrenda. Saio bat “gure sasoikoa” den ala ez adierazten duena, eta haren ezagutza eta hura bizi izanak osatzen duen talde-nortasuna.

Bigarren, orain erreferentziazkoak eta belaunaldi-eratzailak diren saio haiek ikusten zituztenean zuten adinarekin egun haien seme-alabek ikusten dituzten saioak aipatzen dira, “gure sasoiko” eduki haiekiko distantziak eta ezberdintasunak, hein berean, gutasun hori elikatzen baitu.

Azkenik, parte hartzaile batek esplizituki bereizten du bere belaunaldi objektibo eta subjektiboaren artean, belaunaldi anitzekiko kidetza aldarrikatuz: “interneteko belaunaldia”, “FM belaunaldia”, “papera eta guzti horren belaunaldia”, “telebistaren belaunaldia”... Ikuspuntu hau bereziki klabea da, gure hipotesi esplikatiboan ikusiko dugun legez.

41. IRUDIA: BELAUNALDIETAN PARTAIDETZA (HELDUAK 1)



Iturria: norberak egina

Helduak 2 adin-taldeko partaideek ere argi eta garbi adierazi digute belaunaldi jakin baten partaide izatearen sentipena, eta belaunaldi gazte eta zaharragoetatik bereizten dituzten ezaugarriak izatearena. Ez dugu adostasunik aurkitu berezitasun hauen inguruan, baina gurasoengandik hurbilago ikusten dute oro har haien burua telebistarekiko harremanean, seme-alabekiko baino, gurasoekin ere ezberdintasun nabarmenak aitortu arren. Oro har seme-alabek telebista entretenimendurako erabiltzen dutela diote, haiek oraindik informazio iturri garrantzitsutzat daukaten artean, nahiz eta onartzen duten adin kontua izan daitekeela, belaunaldiarena baino gehiago:

LE 52 E: Gu igual gagoz lotunago gure, bueno, por supuesto, nire amak beitu noiz ezagutu eban telebisinoia, ez? Asko be beranduau, baina bueno, guk ikusten dogu gehixago, eurak ikusten daben modura, uste dot.

LE 53 E: Gertuago gagoz gure gurasoekin, igual semiakin baino igual?

LE 57 G: Nik pentzaten dot igual gehixau semiekin gurasoekin baino.

LE 52 E: Gurasoekin baino? Bai?

LE 59 G: Semiak gure etxian serialak nahixago dabe ikusi pelikulak baino. Nik neuk pelikula nahixago dot ikusi serialak baino, eta amumak, nik ez dakit zer nahi duen ikusi.

LE 57 G: (BARRE)

LE 52 E: Ya baino igual ikuspegixa, gure gurasoena hurbilago dagola nik neuri, pentsatzen dot, gure gaztiena baino. Gure gaztiak, ba bueno. telebista ikusten dabe, bai, baina bueno, diraz gauza konkretuak, guk informaziñorako erabiltzen dogu asko, eurak ez, eurak denbora pasa gehixago.

Egungo gazteek telebistan entretenimendua soilik bilatzen duten sentipena orokorra da adin-talde honetan, eta azalpen posible bezala haien gaztaroan, Franco hil berrian errealitate politikoak beste interes bat zuela proposatzen dute. Egun ordea, politikak belaunaldi berrientzat garrantzia hori galdu egin duela uste dute, eta belaunaldi berriak errealitate politiko eta sozialetik urunduago aurkitzen dituzte:

MU 56 G: Bai, hombre gu ginen Franco hil zenean, 25 años, 24. Del 19, eta politika orduan bizi-bizi egon zan, ointxe ein de diferentzie, orain ya politika dau hain sobeute, hain. ez dau modan, ez dau modan. Momentuan modan egon zan, modan egon zan ze hori nezedidadea euki gendun, hori.

Bestalde, orokorrean aitortzen dute ez direla gai, haien seme alabek egiten duten bezala, aldi berean telebista ikusi, eskuko telefonoarekin txateatu eta bi edo hiru elkarriketatara egoteko. Teknologiari dagokionez, gazteek teknologia berriekin gehiago ikertzen eta kuxkuxeatzen dutela uste dute, gailu berriekin espermentatu, ikasi, ukitu... Haiek orokorrean konformistagoak direla uste dute, nahiz eta haien artean ere denetarik dagoen. Oro har “analogiko”tzat daukate euren burua, eta seme-alabak digitalago ikusten dituzte:

LE 53 E b: Bai. Edo, baina be bai gehixau ikutzen dabe, gero badakixie hau nun emoten daben, hau, bestia.

LE 52 E: Guk ez dogu inbestigaten.

LE 53 E: Nire gizonak bai eh?

Oro har, Helduak 2 adin-taldean hiru belaunaldi eta garai ezberdin bereizten dira, haien artean gainjartzeak eta gurutzaketak aitortzen diren arren: gurasoena, haiena eta seme-alabena. Elkartruke eta kontakturako aukerak egon, badauden arren, telebistari dagokionez “hiru gauza desberdin dira”. Hala, hiru denboraldi historiko bereizten dituzte: iragana (gurasoena), oraina (haiena) eta etorkizuna (seme-alabena), bakoitzean telebistarekiko

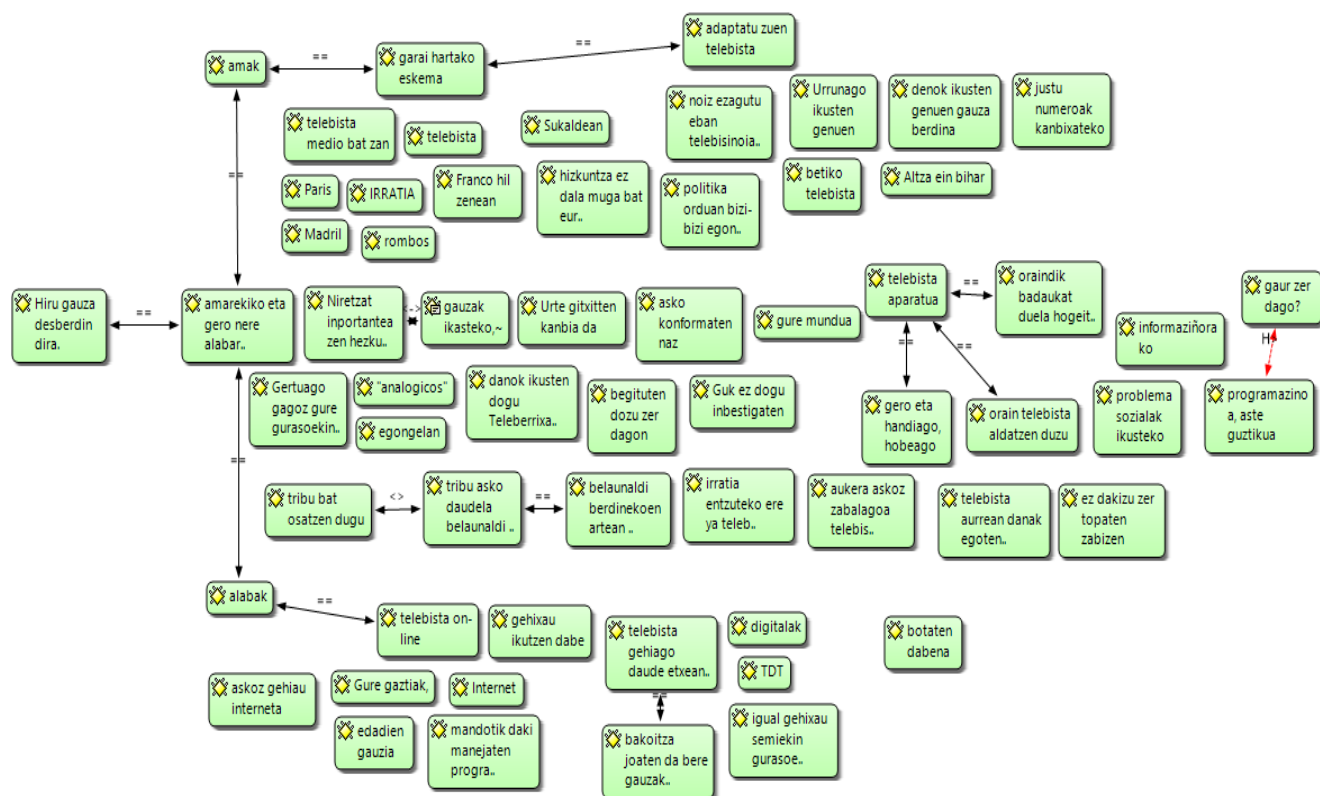
harreman ezberdinak bereiztuz. Interesgarria da bereizketa honi erreparatzea, hiru denboraldien partaide sentitzen baitira nolabait, haien belaunaldiaren perspektibatik.

Gurasoen telebista ikusteko modua Franco hil osteko garaiarekin lotzen dute, telebista “medio bat” zeneko garaia, zentralitate informatibo eta familiar ia-erabatekoa zueneko, non mundu guztiak gauza bera ikusten zuen, bai etxean, eta bai kalean ere. Telebistaren berritasunak eta zentralitateak garaiko gertakarietako eta urruneko lekuekiko leihoa zabaltzen zuen.

Haien burua telebistaren aurrean definitzerako orduan “analogiko” terminoa erabiltzen dute, eta nahiz eta “tribu asko osatu” belaunaldi beraren baitan, sintonia berezi bat aitortzen dute belaunaldia osatzen duten kideetako. Telebista asko aldatu dela diote, baina haiek berau ikusteko modua ez da hainbeste aldatu urruneko agintea agertu zenetik. Aukera teknologiko berriak aprobetxatzen dituzte, LTD adibidez, telebista bidez irratia entzun ahal izateko, baina orohar, telebistak oraindik gurasoen garaietan zuen informazio eta entretenimendurako estatusa gordetzen du.

Seme-alaben telebista ikusteko modua askoz gehiago lotzen dute, aldiz teknologia digitalekin, internetekin, norberak nahi duena nahi duenean ikustearekin, eta, batez ere, entretenimenduekin. Zentzu horretan ez dute gazteagoengan informazio-egarri handirik ikusten, ez behintzat telebistari dagokionean.

42. IRUDIA: BELAUNALDIETAN PARTAIDETZA (HELDUAK 2)



Iturria: norberak egina

Nagusien adin-taldean, azkenik, bi elementu nabarmentzen dituzte parte-hartzaileek haien belaunaldia definitzerako orduan: erretiroa, eta telebista jaiotzetik ezagutu ez izana. Erretiroa taldeko partaide guztiek ezagutu ez duten arren (partaide batzuk etxeko-andreak izan baitira, eta hala jarraitzen dute orain ere), belaunaldiaren ezaugarritzerako elementu bezala tratatzen da, norberaren astialdian eta telebistarekiko harremanean eragin zuzena duelakoan. Telebista txikitatik ezagutu ez izanak, berriz, harridura eta berritasun puntu bat gehitzen diotela uste dut, orain ere, guztiz etxeko eta egunerokoa den teknologia batekiko miresmena azaleraziz.

Parte hartzaile batek gogoratzen duen bezala, belaunaldi berriak telebistarekin jaiotzen dira, gaur egun gainera ehunka kateren aukerarekin, hasierako telebista haren bi kateetatik “bakarrik UHF eta lehenengoa. Bi bakarrik” urrun. Antzerako zerbait gertatzen dela iradokitzen dute ordenagailu eta teknologia berriekin: belaunaldi berriak ohituta daude teknologia berri sorta osoarekin, ia-ia jaiotzetik bertatik ondoan dituztelako. Alde batetatik harriduraz ikusten dute gazteek teknologia hauek erabiltzek agertzen duten erraztasuna, eta bestetik ardura agertzen dute, teknologia hauekiko daukaten menpekotasuna dela eta:

AU 71 G: Horretxek kendutze asko telebisinoiari. ordenadorak. Oin ordenadorin hasten zara, topetan dittuzu han da.

AU 74 E: Ume guztik be, danak manejetan dabe.

AU 77 G: Bueno, eskolan emoten dittue oin ordenadorako konexinoiek eh? Gehixenetan emongo dautse hori pentzetan dot.

AU 75 E: Bai, baina umiek ikesten dabe. enseguida.

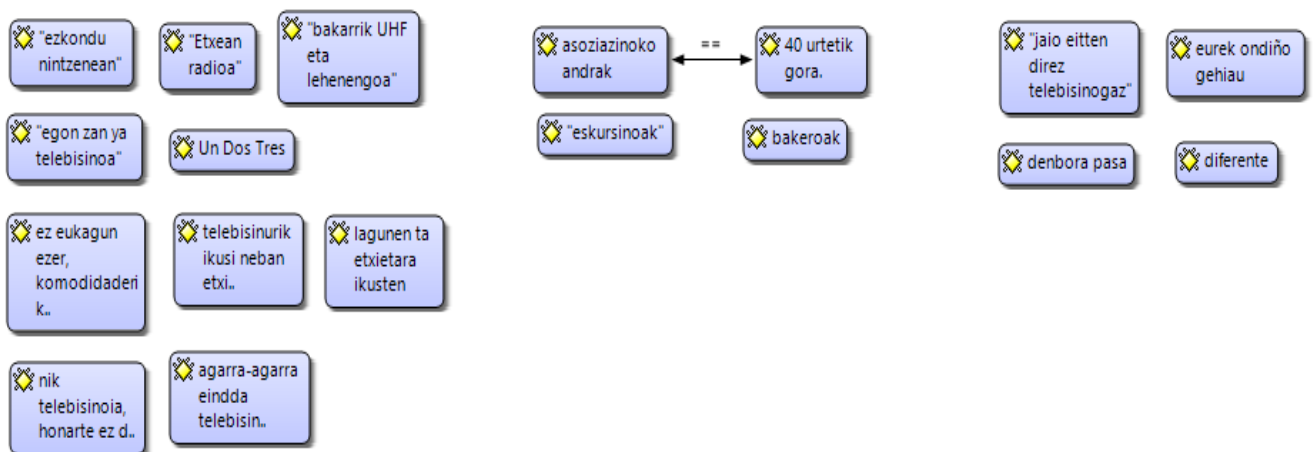
AU 67 G: Oin, ikesi barik jaixo, hori ez dakit eh.

AU 74 E: Nintendo, edo zer da hori (...) Uuuu! Hori manejetan dabe.

AU 77 G: (.) Gaurko umiek, ez dabe jakingo horrek aparatoek botaten botzez, sumar zelan ein be. Haxe. Hoixe da problemie.

Oro har, hiru gairen inguruan artikulatzen da Nagusien taldeko belaunaldiarekiko partaidetzaren diskurtsoa. Batetik, telebistarekiko lehen kontaktua izan zuten garaiarekiko oroimena (kasu askotan ezkontzerakoan, edo etxe berri batetara joaterakoan...). Telebista etxean lehen aldiz noiz izan zuten ondo gogoratzen dute parte-hartzaileek, baita nork bere etxean izan baino arinago nola joaten ziren aberatsagoak ziren lagunen etxera, telebista ikustera, ia-ia jai giroan. Bigarren, egungo adin-kidetasunetik haratago doan zirkulu soziala ere aipatzen da, bai telebista saioen zaletasunen arabera (‘‘bakeradak’’) eta baita aisiazko beste jardueretan parte hartzen dutena ere, nolabaiteko belaunaldi partaidetza azpimarratzeko. Azkenik, gazteekiko ezberdintasun saihestezina sarri aipatzen dute, hor benetan belaunaldien arteko hausketa funtsezko bat eman delakoan, telebista eta komunikazioaren teknologien erabilerari dagokionez.

43. IRUDIA: BELAUNALDIETAN PARTAIDETZA (NAGUSIAK)



Iturria: norberak egina

6.3.2. BELAUNALDIEN ARTEKO EZBERDINTASUNAK: BESTEEN BELAUNALDIAK

Aurreko orrialdeetan adin-taldeak belaunaldi baten partaide sentitzen diren ala ez, eta sentipen hau nola adierazten duten azaltzen jardun dugu. Hurrengo lerroetan adin-talde ezberdinek norberaren belaunaldia baino, ‘‘beste’’ belaunaldiak nola erretratatzan dituzten

jorratuko dugu. Izan ere, ikusi dugun legez, sarri norberaren taldea definitzeko ezinbestekoa da ezberdina den “beste” baten beharra, eta bestearekiko ezberdintasuna azaltzen da norbere partaidetzaren ezaugarri definitzaile bezala.

Elkarrizketatutako gazteek, oro har, ezbairik gabe baietz diote, badirela ezberdintasun nabarmenak belaunaldi ezberdinek telebistarengandik espero dutenaren inguruan. Haien ustez klabea da telebistarik gabeko aro bat ezagutu izana edo beti telebistarekin bizi izanaren arteko ezberdintasuna. Dena “hemen eta orain” edukitzearen kulturen erabat sartuta ikusten dute haien belaunaldia, aldi berean telebistarekiko zorrotzago, eta komunikazioaren teknologien kontsumismoaren gorpil zoroan murgilduta. Belaunaldi nagusiagoak aldiz telebistari lotuago ikusten dituzte, telebistarengandik benetan ezer espero gabe, baina aldi berean menpekotasun handiagoarekin:

DU 24 G D: Nik pentsaten dot dala mentalidadie be bai, esantzutena lehen, dau zapping itten, ez dot topetan ezebez eta kabreau iten naz en plan, “cago en Dios”, eta amatetan dot telebisiñue. O sea, da nik pentsatzen dut gu. o sea, batez be gu, gaztiek eta holan garela super, da “la cultura esa de quiero y.” eta gurot. Ta ezin dau fallau. Eta gurot, eta ez bada, amatetan dozu holan, ez zara kabreetan holan emoteko egun osoa haserre, baina puntu horretan, “Dios, no me ha funcionau”. Eta horretarako be bai, dana eukittera hemen be bai, pues quiero esto, y lo puedo y.

DU 24 G A: Kultura edo edadie sartzen da hor jokuen. Nik uste dot jende nagusixeri, jende nagusixek ez dau espero ezebez telebistatik, o sea.

DU 24 E: Ze bizi izan da telebista barik.

DU 24 G A: Klaro, baina adibidez nire amari. nire ama dau telebista ikusten, telebista aurrien egon al da egun osue da ez da enterau ezetaz, o sea, dau hor, egoteagaittik.

DU 24 G B: Baina aldi berean kendu telebisinue.

DU 24 E: Eta hil eitten da. (BARRE)

Hala ere bereizketa hau ez da unibertsa. Belaunaldi ezberdinek telebistarekiko duten harremana ezberdina ote den galdetuta, kasu batean parte-hartzaile batek ezetz dio, ez duela ezberdintasun apartekorik nabaritzen ingurukoaren artean:

BI 29 E: Nik uste dot, bueno, telebisinoan ganien ez dot handirik topetan. Nik uste dot etxien mas o menos danok ikusten dogule bardine, bakeroak kendute (aitak). Baie ostantzean ez dot ikusten diferentzi handirik. Horretan. Bai egixe da igual aittek por ejemplo, da aitten belaunaldikoak ikusten daurela teleberrixe, pelota partidue, futbola da bakeroak. Da listo. Da guk igual ikusten du pelikule gehixau o. nire kasuen eh? Nik neure burue ez dot ikusten horrenbesteko diferentzixegaz berez. Ez.

Azpimarratzekoa da baita gazteen eztabaida talde baten kasuan euren belaunaldia daukatela telebista zaleena bezala (ikusten duten telebista kantitatearen aldetik). Bai aurreko belaunaldiak (telebistarekin hazi ez direlako) eta hurrengoak (edo oraindik gazteegiak direlako agian) eurek baino telebista gutxiago ikusten dutela uste dute. Belaunaldi berriei buruz hitz egiterakoan ardura agertzen dute hala ere: “bardin dotzie zer datorren

telebisinuen, dana tragau iten dabe inongo filtro barik". Ikusten den telebista kantitatea ere, telebistarekin hazi izanak edo gerora ezagutu izanarekin lotzen dute, eta oro har uste belaunaldi berriek behar baino telebista gehiago ikusteko joera izango dutela etorkizunean:

MU 25 G: Telebisino ikuskeran? (...) Jo, bai.

MU 20 E: Bai, bai.

MU 21 E B: Bai, pilo bat.

MU 20 E: Orduen ez zan ikusten hainbeste, ezta?

MU 25 G: Bai, bai, bai. Oin dekozu, nik uste dut gure generazinoak dekola, telebisinoa dekola como zeozer, bizitzan dekozun zeozer ya, ez dakit, normala edo, beti eiten zune, edo ez dakit. (...) Hori, hor dau eta listo. Hori. Bai.

Helduak 1 adin-taldean gurasoekiko ezberdintasun nabarmenak aipatzen dituzte telebistarekiko harremanean, batez ere erreferentzia eta interes ezberdinak direla eta ("Cantinflas", "bakerunek", "John Wayne"...). Hala ere, gaur egun antzekotasun handiagoak dituztela eta ezberdintasunak urteekin leuntzen joan direla uste duten baita:

BE 40 E: Orain ya gauz apurtxu bet bateratute, baina igual eurek izen zien beste garai bat. blanco y negro, ez dakit zer. (...) Orain ba bueno, geure lez ikusten dabie. Emakumiek gitxi gora behera Sálvame eta honek rolluek, ta serixek eta ez dakit.

BI 50 E: nik ez dot igerten alde handirik amaren eta nire artean igual. Ez oso handirik.

Partaide batek baino gehiago aipatzen du baita lehen ohitura handiagoa zegoela etxean aitzak esaten zuena ikusteko. Gaur egun ordea guraso bezala ez dute agintzearen sentsaziorik. Alderantziz; sarritan, etxeko gazteenek erabakitzen dutela uste dute, eta bestela beste nonbaitera alde egiten dute, nahi dutena ikustera:

BI 39 G B: Nik gogoratzen dot txikitan aita telebista aurrean, eta aitzak jartzen zauena ikusten genuen. Eta ama eta biok como. pfff (barreak). Berrito bakeroak, berrito John Wayne. eta bueno. Baina bueno, nik esan dot, ni engantxatzen nintzen. Txikitan ere! Azkenean ikusten nuen John Wayne eta pelikula osoa. (...) Batez ere, osea, agintzen zauena telebistaren aurrean aita zan. Nire etxean bai. Bueno, agindu. ez dakit, igual lokartzen bazan aldatzen genuen eta "tss! baina ez kendu!" "zergatik kendu duzue pelikula, ikusten nago", ta lo. Jo, lotan zauz.

BI 47 E: Bai, egixe esan gure sasoian kanal bat baino ezin zan ikusi. Eta orduen. baia telebisinoa noiz ipinten zan aitzek erabakitten zeuen. (...) Aitzek erabakitten zeuen berak, noz ipini behar zan telebisino. Bardin zan ikasi behar zendun edo ez dakit zer egin behar zendun, osea. Bera etorten zanean rrra!

Belaunaldi berriagoekiko, aldiz, aldaketa nagusia teknologia berrietan ikusten dute argi eta garbi:

BE 40 E: Hor bai ikusten dala aldaketa bat gugaz konparatuz. Eurek dauzela ohitute teknologi barrixetara. dakixie bideu ikusten, ordenagailuen behai guk baino askoz eta erreztasun gehixau. makiniekaz behai ibiltzeko. hori bai.

BI 49 E: Bai, nik beste diferentzi bat, igual ze, zelako abilidadea duten manejatzeko. Dinot, manejatzeko ez bakarrik. ze kanal interesatzen zaien, ordua. dena daukate buruan! Braust! Ta nik igual ibili behar dot mila buelta. kirol programekin adibidez. edo. ta gero gogoratu egiten dute, programau, ez dakit zer. ez dakit.

Arduraz ikusten dute etxeko gazteenen artean telebistarekiko menpekotasun handia dagoela kasu batzuetan (“altzaten da ta lehenengoko gauzie eitten dauena da telebisinoa ikusi”), baina beste batzuetan aldiz ez da ematen (“Nik bi dekotaz, ta bixek guztiz diferentiek”). Kasu guzti-guztietan ikusten dutena eskuko telefonoen erabilera (“whatsapp” eta abar) eta teknologia berriekiko hurbiltasuna da. Eskuko telefonoekiko alderatuta, telebistak haien seme-alabentzat oso garrantzi txikia dutela deritzote, oro har:

BI 43 E: Nik ikusten dotena da, adibidez, gaur egun eh? Ume bateri kastigeu tele ez ikusten, ba. ez da eurentzako hainbesterako. Adibidez kentzen beatzezu mobila, hori bai dala kastigu. (...) ordenadora behai, baina gero eta gehiago da mobila. Ze lagunekaz dauz konektata.

Belaunaldi berriek ziurraski telebistari interaktibitate eta partehartze handiagoa eskatuko diotela uste dute, internetekin bategindako telebista berri bat. Telebistak zentzu tradizionalean nolabait aurreko belaunaldientzat zuen zentraltasuna galdu duela uste dute, belaunaldi berrientzat:

BI 50 E: Nire alabak ez dau behar telebisinorik. Bera bakarrik badau etxean igual goizean bai, han gosalduko deu. eroango deu gosarie salara ta han trankil, edozein tontokeri ikusten lasai egongo da. Baina berez ez dau behar. Ordenadoreagaz biziko litzake ondo. (...) Topeuko leuke han ez dakit zein serie. ta.

BI 43 E: Guk dekgu engantxe gehiau telebisinoagaz umiek baino.

Haien burua berriz bi belaunaldiren artean ikusten dute zentzu honetan; gurasoek ez dute normalean filmerik ikusi ordenagailu bidez, eta gazteenentzat gauza nahiko normala da. Haien belaunaldian berriz, batzuk hasiak dira filmak eta kirolak ordenagailu bidez ikusten (gehiago gizonezkoen artean):

BE 37 G: Nik kirola. futbola eta Roja Directan pilo bat bider.

BE 40 E b: Baie gizonak ipadean bai ikusten dau ingleseko pelikulak eta ikasteko. bai erabiltzen dau.

BE 37 E: Josuk asko erabiltzen dau, estropadak ikusteko eta.

Helduak 2 adin-taldean ere ezberdintasun argiak ikusten dira belaunaldi ezberdinen telebistarekiko harremanari dagokionez, eta zelanbait ezberdin sentitzen dira, bai nagusiagoekiko eta baita gazteagoen aldean ere. Parte-hartzaile batek adibidez gutxienez

hiru belaunaldi ezberdin daudela proposatzen du: amarena, alabarena eta berea. Ama guztiz kokatzen du irrati eta telebistaren belaunaldiaren baitan: irrati goizetan etxeko lanak egitearekin batera entzuteko eta telebista arratsaldean telebista. Alaba urrunduta ikusten du "betiko telebista"-tik eta gehiago jotzen du linean edo "on-line" ikustera ordenagailuan, berak nahi duenean. Eta bere burua bi belaunaldi oso ezberdinen artean kokatzen du, baina gehiago amaren oinordeko bezala:

SA 52 G: Ba hori, nire amaren garaian ba nik uste dut gehiago dela goizean irrati, eta gero arratsaldean, ya bazkaldu eta gero, etxeko gauzak eginda zeudenean, ba ya telebista. Baina nik uste dut eskema, garai bateko, garai hartako eskema mantentzen dutela bere bizitza, eguneroko bizitzan, ez? Hori, ba lehen ikusten bazuten nobela, orain ikusten dute serie hau, eta gauean, pues ateratzen dira, mezeta, edo ez dakit zer, eta jarraitzen dute bere bizimoduarekin, eta gu igual ya eragin, eragin digu gure bizimodua. Gure gurasoak, edo nere amaren kasuan behintzat, berak jarraitu du bere eskema, bere bizitzeko eskemarekin eta adaptatu zuen telebista, eta gu ya igual pixka bat igual adaptatu gara, "bueno, zer ematen dute telebistan?", igual egiten genuen. Eta gure alaba ya telebista on-line. Hiru gauza desberdin dira.

Belaunaldi zaharrekiko ezberdintasun nagusia telebistako edukien inguruko interesetan ikusten dute. Nagusiak oro har oso eduki zehatzen zaletzat dituzte: lehiaketak, kirolak, bakeroen filmak, telenobela, meza, albisteak...

MU 51 E: Interes diferenteak, bai. Kirola jarraitzen dute, nik ikusten dudanez.

MODERATZAILEA: Igual gehiago konkursotara eta edo?

MU 55 E: Konkursoak be bai, normalean pelikulak ez.

MU 51 E: Eh, bai, los de ETB2, indios eta vaqueros, ez dakit nola.

MU 55 E: Ai, bai, bakeroenak, antzinako pelikulak, bueno, ETBko pelikulek, bakeroenak.

MU 51 E: Nire semea bezala, nire aitak uste dut ya buruz jakin behar dituela danak.

MU 55 E: Bai, ya repedituten ta.

Baina saltorik handiena gazteenekiko sentitzen dute oro har. Alde batetatik ohitura, jarrera. interes zaletasunei dagokienez:

LE 57 G: Nik pentsetan dot andra-gizonok konpondu itten garela. Konpondu ez diezanak eitten gaztiak dira, ze dauke game boyxa, dauke ordenadora edo dauke beste jolas baten bat. "Ha, ez jat gustaten, banoia", haren erabakixe horixe da, o sea, niretzako egoistie ez da geu, da bera: ez badozu ipintzen berak nahi dabena, alde eitten dau. Eta nik askotan esan diot, neuk nahi ez ikusi ezer, andriak programa bat, semiak beste programa bat, eta ala ba bueno, trabarik ez eitxiarren. bata edo bestie ikusten, baina ez neure gustukoa dalako!.

Eta bestetik gaitasun eta trebetasunei dagokienean ere bai: dela teknologia berriak menperatzeko, hizkuntza ezberdinetan telebista ikusteko... Seme-alabekin alderatuta, haien burua mugatuago sumatzen dute:

MU 51 E: .telebistan eurek ikusten dituztela gauzak guk gure, bere adinean ikusten ez genituenak. O sea, bueno, daukatelako ere aukera askoz zabalagoa telebistan, ez? Eta ere hizkuntzan, o sea, guk ikusten genuen gazteleraz bakarrik, ez zegoelako besterik, eta eurei gaur egun berdin zaie ipini kate bat ingelesez eta jarraitzen dute, bestea, edo euskeraz, edo gazteleraz, edo, hizkuntza ez dala muga bat eurentzat, osea. eta gainera eskatzen diozu itzultzeko ez baduzu ondo ulertu, "zer esaten ari da?, hau ondo ulerto dot edo?", eta barra-barra, o sea, alde horretatik berdin zaie, muga gutxiago ditzuzte.

Komunikazio teknologien erabilera eta domeinuak gainera telebistarekin duten harremana aldatzen duela uste dute, inoiz arreta osoa eskainiko ez baliote bezala, eta toki bakarrean egotearekin nahikoa ez balute bezala:

MU 56 E: . eta telebistagaz eta danagaz, eta nik esaten dot, "zelan ailegako da danara?", ba danara ailegaten direz, ez dait nik zelan eitten deren, baina hori bai, akostunbra direz de tal manera, que horretarako ailegaten dakea.

MU 55 E: Bai, bai, euren mobilegaz, eta telebista.

MU 56 E: Eta bat edo bi, eta konbersazio emoten dotzu pertsona bigez edo hirugez, eh? Idazten, tita, tita, tita, eta zeugaz dau han bere bai. Horretarako diferente completamente gara eh? Osea, esan gura dot, gure epoka, edo nire gaztedie eta euron edadie oin, no tiene nada que ver, esaten dana, nada, nada. Urte gitxitten kanbia da.

Belaunaldien baitan ere ezberdintasun handiak daudela argi duten arren, gurasoen eta seme-alaben arteko trantsizio belaunaldi bezala ikusten dute haiena, eta telebistak informazioan galdu duen zentraltasuna aipatzen dute hau argitzeko:

LE 52 E: Ya baino igual ikuspegixa, gure gurasoena hurbilago dagola nik neuri, pentsatzen dot, gure gaztiena baino. Gure gaztiak, ba bueno. telebista ikusten dabe, bai, baina bueno, diraz gauza konkretuak, guk informaziñorako erabiltzen dogu asko, eurak ez, eurak denbora pasa gehixago.

Azkenik, nagusien adin-taldeko parte-hartzaileek ez dute soilik belaunaldien artean ezberdintasunak daudenik uste, ezberdintasunak gero eta handiagoak, eta aldaketak gero eta azkarragoak direnaz ziur agertzen dira. Aurreko adin-taldeak aipatzen duten garaien aldaketaren kontzientzia argia azaltzen dute, zentzu horretan:

AU 67 G: Hombre! Generazinoie? Oin eh hamar urtetik aldatzen generazinoie! Bai. Nik baietz pentzetan dot.

AU 85 E: Nik bebai.

AU 67 G: Ze, bueno, nigandik, nire seme zaharrena ez zan asko be aldatu. Baina seme zaharrenetik bigarrena. urte bin aldin aldatu zan. Eta gero besti, bederatzi urte gaztia da, akabo! Eta holantxerik. Eta bueno, lobatxuk? Akabo!

AU 71 G: Hasi zaneko hamar urtin hor egon zan asko.

AU 67 G: Asko, asko, aldatu eh exajerau.

Aldaketak batez ere teknologia berriek ekarri dituztela uste dute, orokorrean, baina ez soilik. Eskolatik bertatik hasita aldaketa nabarmenak ikusten dituzte ikasteko modutik hasita. Gurasoek koaderno, arkatx eta boligrafoak apenas erabiltzen ez duten bezala, egungo umeen matematikak ikasteko moduak ere arrotzak zaizkie.

AU 71 G: Horixe erakusten dotzielako oin eskolatik. Oin eskolan tabliek multiplicarrik ez deko, ta dividir zertzeko. Dana zerakin, makinakin dana. Da hareri esaiozue, sumar eh. harek ez dakixie sumar zelan dan! Ez restar ez dividir da. regla de interés da regla de tres da. ikesi geuntzenak, esaiezu harei.

Teknologiarekin oso lotuta ikusten dituzte belaunaldi gazteenak, eta hor sumatzen dute haien belaunaldiekiko ezberdintasun handiena: edozer egiteko ere, makinak eta teknologia tartean dituztela uste baitute. Haiek, aldiz, urrun sentitzen dituzte teknologia berrienak. Zentzu horretan, belaunaldi berriak telebistatik baino, internetetik hurbilago ikusten dituzte. Txikitan oraindik telebistan marrazki bizidunak eta ikusten dituzte, baina hazi ahala internetera hurbiltzen dira gehiago, telebistaren aurrean denbora gutxiago emanaz parte-hartzaile askoren ustez. Gainera haien garaiarekin alderatuta umeek apenas duten denborarik, eskolako eta eskolaz kanpoko lanekin.

AU 71 G: Eske gaztiekin gitxiau, oin telebisinoa useuko dabe. Ordenadorak, gaur eh hainbeste. makinilla deuen lez.

AU 85 E: Internetera oin. (...) Baina apur bet zahartxuaguek ya internetagaz da.

AU 71 G: Gaur telebisinorako denbora gitxia geratzen jekie.

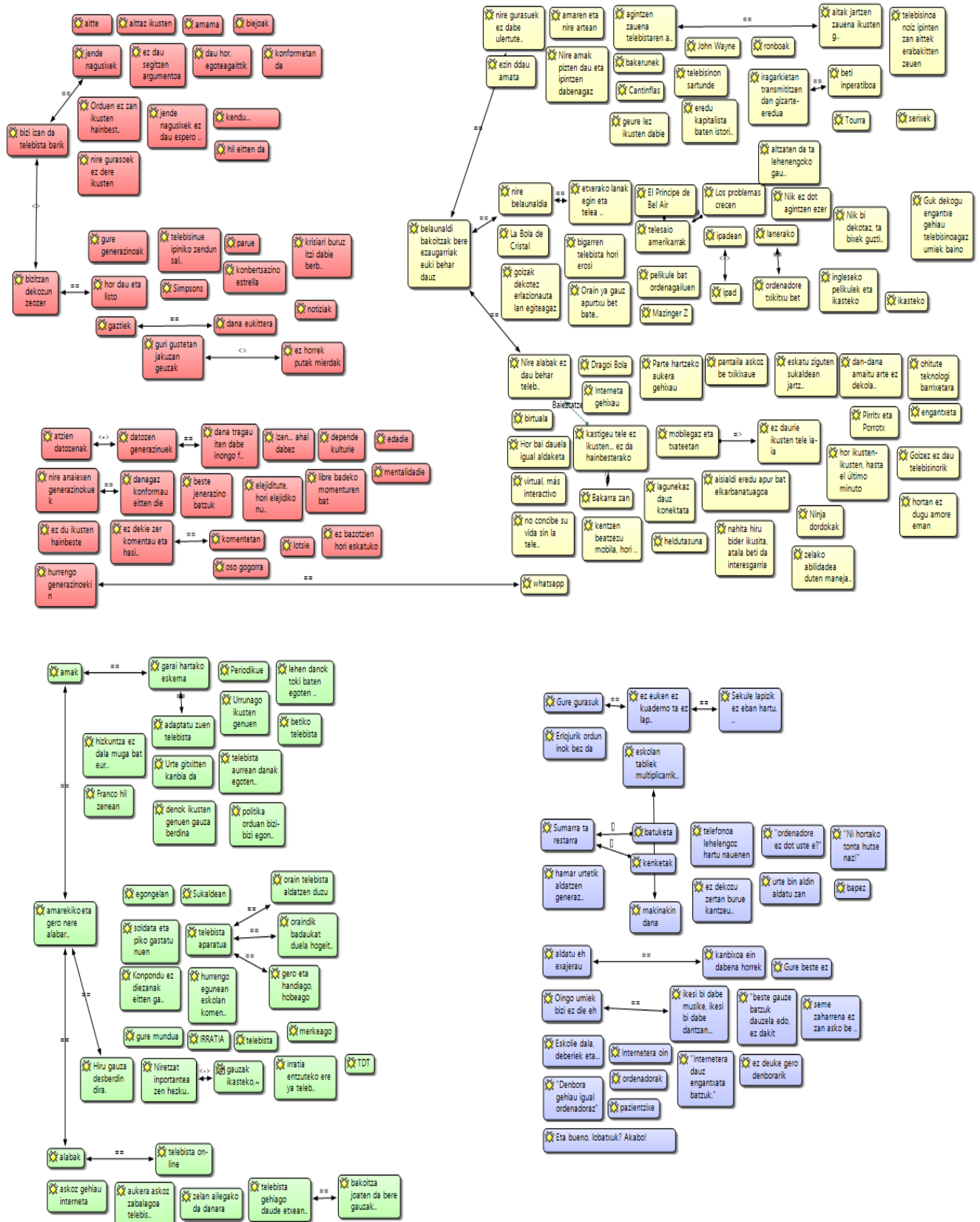
AU 75 E: Euki be ez deuke. Euki be ez deuke gero denborarik eh?

BI 88 G b: Gure beste ez. Gure beste ez. (...) Harek beste gauze batzuk dekietz, beste gauza batzuk. Guri gaurko partidue ikusten badogu, partidue eureri ez jakie gustetan.

LE 78 E: Bai, bai bai. Nitzako gaztiekin ez dagoz e behin sasoi bateko pertsonan modura, telebisinoiari inkata e? Ez dot pentsaten ez. Nik ikusten dot por lo menos, nago. egoten nazen gaztiekin nitzako gehixau dau sartuta eh? Internetetik eta, hori e "con la red" horrek gehixau jokaturen dabela e? Neuk pentsaten dot e?.

Laburbilduz, ikus dezakegu lau adin-taldeek errepikatzen dutela eskema bera norberaren belaunaldia ezaugarritu eta bereizterako orduan: aurreko eta ondorengo (guraso eta seme-alaba, zaharrago eta gazteago...) belaunaldiekin ezberdintasun eta antzekotasunak aipatzea alegia. 44. irudian lau adin taldeen (gorriz Gazteak, horiz Helduak 1, berdez Helduak 2 eta urdinez Nagusiak) in vivo kode esanguratsuenak bildu ditugu, logika honi jarraituz. Hala, talde bakoitzaren baitan goikaldean aurreko belaunaldien ezaugarriak jaso ditugu, behekaldean ondorengoenak, eta tartean nobere belaunaldiarekin lotzen direnak.

44. IRUDIA: BELAUNALDIEN ARTEKO EZBERDINTASUNAK ADIN-TALDEEN ARABERA



Iturria: norberak egina

Behin adin-taldeek belaunaldietan partaidetzari buruz eta belaunaldien arteko ezberdintasunei buruz esandakoa aurkeztuta, azter ditzagun adin-taldeek agertzen dituzten antzekotasun eta aldeak belaunaldien perspektibatik. Lan horri ekingo diogu datozen lerroetan.

6.3.3. BELAUNALDIAK ETA TELEBISTAREKIKO AISIAZKO HARREMANA

Adin-taldeen telebistarekiko esperientziaren eta harremanaren karakterizazioan ikusi dugun bezala, aztertutako lau adin-taldeek ezaugarri berezkoak agertzen dituzte telebistarekin lotutako aisiari dagokionez, bai aisiaren koordinatuen aldetik (autotelikoa, exotelikoa, absentea eta kaltegarria), eta baita Astia-Aldia-Aisia ereduari dagokionez ere. Horrela, lau taldeak garbi bereiz daitezke ezaugarri propiodun konstruktio bezala. Barne-kohesio eta diskurtsoaren koherentzia maila altua agertzen duten eta elkarren ondoan dauden errealitate bereizi bezala har ditzakegu.

45. IRUDIA: ADIN-TALDEEN KARAKTERIZAZIOA

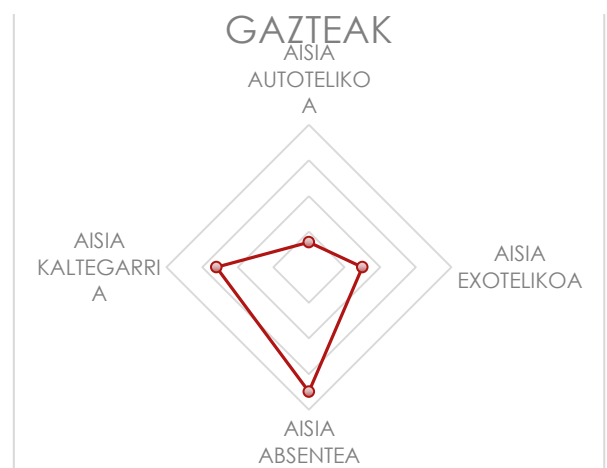


Iturria: norberak egina

Aisiaren koordinatuei dagokienez, ikusi dugu adin-taldeek oso ezaugarri definituak agertzen dituztela. Horrenbeste, ezen telebistaren aisiazko esperientziaren arketipo bezala aurkeztu daitezkeen, lehen begirada batean.

Gazteek, horrela, este adin-talde guztiek baino askoz telebistaren esperientzia ezkor eta kritikoagoa agertu dute, asperrarekin, beste ezer egin ahal/jakin ez izatearekin eta eguneroko automatismoarekin lotutakoa. Marko horren baitan, telebistarekin lotutako esperientzia baliotsuak oso une eta eduki jakinekin lotuta agertu dituzte, eta gehienetan egunerokotasuna girotzeko tresna ekidiez bezala hartu dute gailua.

46. IRUDIA: GAZTEAK ETA AISIAREN KOORDENATUAK

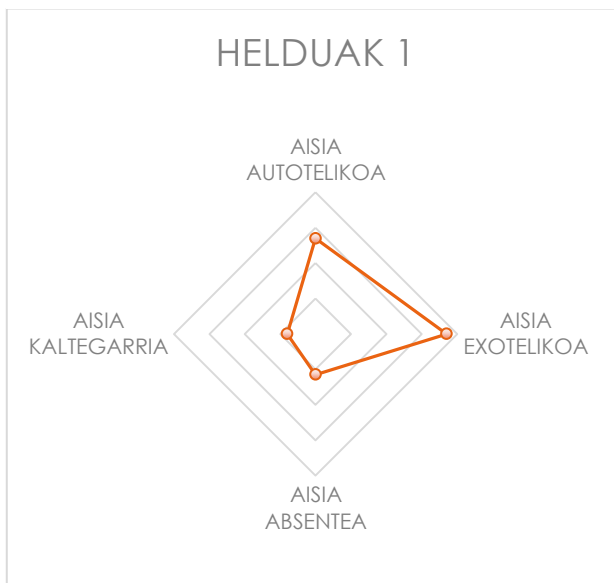


Iturria: norberak egina

Helduak, aldiz, askoz baikorrago agertu dira aztertutako bi adin-taldeetan. Gazteekin alderatuta telebistaren ulermolde eta bizipen askoz ere atsegingarri eta kontrolpekoagoak kontatzen dituzte haien jardunean. Oro har, telebista erabili eta apreziatzen dutela esan daiteke, gazteek harekiko harreman gatazkatsu eta kritikoagoa agertzen duten artean.

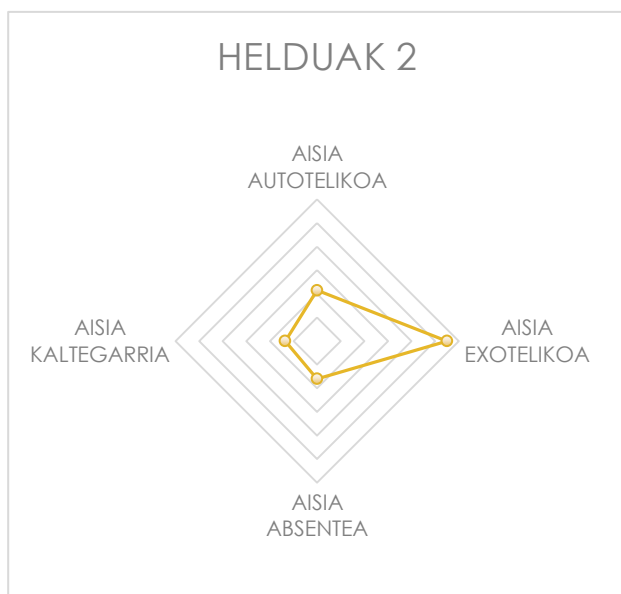
47. IRUDIA: HELDUAK 1 ETA AISIAREN KOORDENATUAK

Helduak 1 taldekideek gazteek baino askoz ikuspegi baikorragoa agertu dute telebistarekiko, norberaren aisialdiaren gozamenarekin lotuz zuzenean. Telebista, adin tarte honetako taldekideentzat gozamen, atsedeen hartze, etxe-giroitze, familia-batze eta ahalegin handirik gabe informatzeko aukerak zabaltzen dituen tresna da, bere muga eta akats guztiekin ere. Kritikak, egonagatik, eduki eta erabilera partikularretara zuzentzen dira hala.



Iturria: norberak egina

48. IRUDIA: HELDUAK 2 ETA AISIAREN KOORDENATUAK



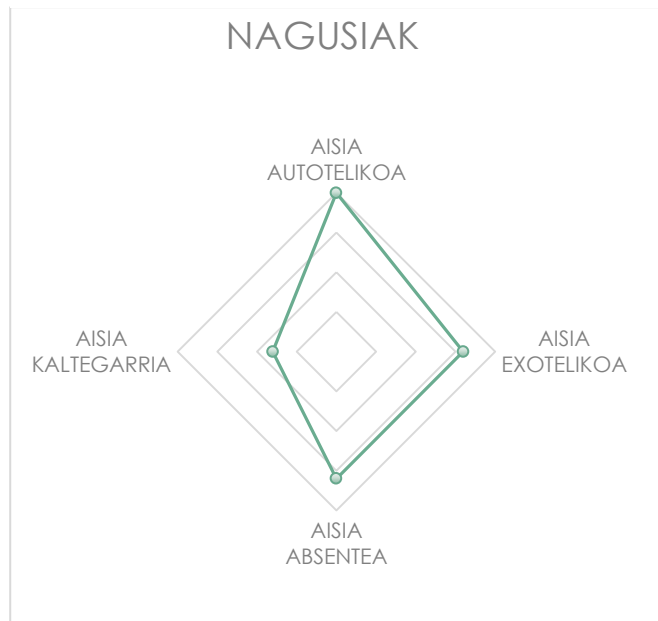
Iturria: norberak egina

Helduak 2 adin-taldean ere ikuspegi positiboa, baikorra da nagusi: telebistak entretenimendu, informazio, deskonexio eta atsedeen hartzeko aukera oparoak zabaltzen dituela deritzote oro har, baita norberaren zaletasuna garatu eta gozatzeko abaguneak ere. Kritikak, eduki jakinei eta norberak telebistari eman diezaizkion erabilera okerre zuzentzen zaizkie, batez ere, telebista ereduarekiko ardura ere egon badagoen arren.

Lau adin-taldearen artean antzekotasun nabarmenenak azaltzen dituztenak dira Helduen bi taldeak, zalantzarik gabe. Eguneroko eginkizun eta betebeharretatik atseden hartzeko tarteak sortzeko gaitasuna aitortzen diote, arazoak arazo, eta norberaren eta etxekoaren nahi eta beharrei erantzuten diola uste dute, hein handi batean.

49. IRUDIA: NAGUSIAK ETA AISIAREN KOORDENATUAK

Nagusien kasuan ere agerikoa da telebista norberaren behar eta nahiei egokitzen zaiola iriztea, batez ere bestelako aisiazko jardueretan aritzeko autonomia mugatua duten pertsonen kasuan. Hala, aitortu egiten zaio egunerokotasunaren hutsari aurre egiteko duen balioa, baina zentzu positibo batean hartzen da, eskura dagoen baliabide baliotsu gisa, ez gazteen artean ohikoa den erresuminarekin. Telebistak betetzen duen hutsa, ez da hutsala, hortaz.



Iturria: norberak egina.

Nagusiak helduekin bat datoz kritikarik zorrotzenak eduki jakin batzuei zuzentzerako orduan, baina hauek azaltzen ez duten miresmen eta esker ona agertzen dute telebistarekiko. Gazteek emantzat, ekidiezintzat, eta batzuetan gorrotagarritzat duten telebistaren errealitatea, nagusien artean eskertzeko eta miresteko zerbait da, eta telebistarekin ez balego haien eguneroko bizitza tristeagoa, aspergarriagoa eta pobreagoa litzatekeela deritze.

Horrela bada, esan dezakegu telebistarengandik hurbilen sentitzen den adin taldea nagusia dela, ondoren Helduak 2 eta Helduak 1 taldeak, eta azkenik Gazteak taldea kokatzen dela urrunen, edo mesfidatiago, telebistarekiko. Aisiaren norabidetasunari eta koordinatuei erreparatuta, eta ahozko kontakizunean jasotako informazioaren adin-taldeakako karakterizazioari jarraiki, belaunaldiak telebistarengandik urruntzen doaz, nagusienetatik gazteenetara, elkarrekin antzekotasun eta adostasun puntuak agertzen dituzten arren (girotzeko eta laguntasuna emateko gaitasuna, informazio eta entretenimendurako aukerak, egteko beste ezer hobeagorik aurkitzen ez denerako aukera...). Hori horrela dela esan dezakegu adin-taldeek elkarrekiko agertzen dituzten

bereizgarri eta antzekotasun orokor hauek aztertutako kasuen errealitate orokorra islatzen duten heinean.

Baina adin-tarteen arabera osatutako talde hauen telebistarekiko esperientzien kontakizuna modu agregatu eta globalean alderatzea ez da nahikoa belaunaldi ezberdinen telebistarekiko aisiazko harremanak aztertzeko. Belaunaldiaren kontzeptuak norberaren eta besteen talde-partaidetza, talde-nortasunaren elementua barne biltzea eskatzen digu. Horretarako ezinbestekoa zaigu adin-taldearen baitan norberaren eta besteen belaunaldien eraikuntza eta partaidetzari buruz esandakoak berreskuratzea.

Belaunaldiei emic eta etic perspektibetatik erreparatuta, merezi du adin-talde bakoitzetik norberaren belaunaldiari eta beste belaunaldiei egozten zaizkien ezaugarriak gogora ekartzeak. Horretarako 26. taulan adin-taldeek (errenkaderan) haien belaunaldiekiko eta aurreko eta geroagoko belaunaldiekiko esandakoa laburtu dugu:

26. TAULA: ADIN TALDEEN BELAUNALDIEN EZAUGARRITZEA

	Nagusiagoak	Norberarena	Gazteagoak
Gazteak	Edo telebistari oso lotuta, edo bestela batere ikusi ez. Konformakorragoak. Ezer espero ez telebistarengandik.	Garai baten aldaketa. Mobilaren belaunaldia. Teknologia kontsumoa. Telebista betidanik “hor” egon da, ekidiezina.	Kriteriorik gabekoak. Konformakorragoak. Talde presioaren eragina. Telebista bigarren maila batean.
Helduak 1	Telebista itzali ere ez, egun osoan piztuta. Aitak agindu zer ikusi. Bakeroak, Cantinflas. Internetik ez.	Trantsizio belaunaldia. Gazteak baino telebista zaleagoak. Internetekin ohitzen hasita.	Oso telebista zaleak, edo telebistarik behar ez dutenak. Mobila askoz inportanteago. Interneten erabilera.
Helduak 2	Goizetan irratia, arratsaldean telebista. Telebista aldatu dena baino gutxiago aldatu dira. Ohituraren indarra.	Telebistaren aldaketaren lekuko, moldatuz. Teknologiaren aukera berriak (irratia, internet...). Telebistak lehen toki handiagoa hartzen zuen.	Lineako telebista. Telebista birtuala. Nork nahi duena ikusteko ohitura (bakoitza bere pantailaren aurrean). Muga gutxiago.
Nagusiak	Idatzi aurreko kultura (matematikak...). Erlojurik gabeko garaia. Telebista heldu aurreko garaiak	Telebista eta telefonoa noiz heldu ziren gogoan. Aldaketa azeleratuaren lekuko. Internetik ez.	Makinei erabat lotuta. Pazientzia gutxiago. Egiteko gauza gehiago (eskolan, eskolaz kanpo, interneten).

Iturria: norberak egina⁵²⁵

⁵²⁵ Belaunaldiei buruz (bai norberarenak eta bai besteak) esandako guztia lerro gutxitan biltzea ezinezkoa denez, adostasun handiena jaso duten ezaugarriak jaso ditugu, labur edierazteko moduan birformulatuz. Norberaren eta besteen belaunaldien inguruan esandakoak kontsultatzeko jo kapitulu honetako “Adin-talde eta belaunaldien arteko harremana” atalera.

Oro har, bi ondorio argi ondoriozta daitezke: Batetik, ikusten denez, adin-taldeek beste belaunaldietan proiektatzen dituztela beste batzuek haiengan ere ikusten dituzten ezaugarriak; edo, bestela esanda, kriterio subjektiboak nagusitzen direla belaunaldiak ezaugarritzerako orduan. Bigarren, adin-taldeak garbi banatu eta bereiztu daitezkeen arren, belaunaldiak haien artean gurutzatu, nahasi eta gainjartzen direla ikusi daiteke, adin talde bakoitzaren belaunaldien erreferentziak orokorrean aiton-amonak, gurasoak, seme-alabak eta ilobak izan ohi direlako.

Hala, adin-taldeak ikerlariak irizpide objektibo eta aurrez ezarritakoen (adin-tarteak) arabera eraikitako kategoriak diren artean, belaunaldiak parte-hartzaileek irizpide subjektibo eta erlatiboen arabera eraiki eta negoziatzen diren konstruktoak dira. Lehenengoak hauen atributu objektiboen arabera argi eta garbi bereizi eta modu agregatuan karakterizatu ditzakegun artean⁵²⁶, bigarrenak elkarren eraginean aurkitzen diren eraikuntza erlatibo eta dinamikoak dira. Errealitate isolatuak izatetik urrun, gainera, adin-talde guztiek eman digute belaunaldien arteko elkarrekintza eta kontaktuaren berri. Belaunaldiek telebistaren esperientzia mediatzen dutela esan dezakegu: telebistarekiko harremana elkarrekin burutzen dute, elkarrengandik jasotzen dute telebistaren berri, eta elkarrengandik aldendu eta elkarrengana hurbiltzen dira, telebista bera aldatuz doan heinean. Hainbeste, ezen hainbat parte-hartzailek, batez ere kasu kritiko bezala identifikatutako pertsonak beren burua aldi berean belaunaldi bat baino gehiagotan identifikatuta ikusten duten.

50. IRUDIA: BELAUNALDIK ETA HAIEN ARTEKO KONTAKTUA



Iturria: norberak egina

Agian, nagusien adin-taldean iradokitzen den legez, komunikabideen bateratze digitala eta ekosistema mediatikoaren ematen ari diren aldaketak belaunaldien agerpena azeleratzen ari dira, aldaketak gero eta bizkorragoak dira, eta, horrenbestez, belaunaldien arteko elkarbizitza eta elkarbizitza ere agerikoagoa bihurtzen ari da gure garaian. Horri buruz jardungu dugu hurrengo atalean, telebistaren aisiazko ontologiari buruzko hipotesi esplikatiboan.

⁵²⁶ Ikus "adin-taldeak eta telebistarekiko aisiazko esperientzien karakterizazioa."

6.4. KASU AZTERKETAREN EREDU ESPLIKATIBO-INTERPRETATIBOA

Kapitulu honen aurreko atalean telebistareren esperientzien karakterizazioa orokorra proposatu dugu, aisiaren koordinatuei eta landutako lau adin-taldeen inguruan, eta belaunaldiaren kontzeptua erabili dugu taldeen arteko berdintasun eta ezberdintasunak zaltzeko. Hala, bi hurbilketa epistemologiko hauek uztartu ditugu telebistaren aisiazko esperientzien errealitate subjektibo eta ideografikoa ezagutu eta ordenatze aldera. Telebistaren esperientziaren aisiazko karakterizazio honek aisiazko ikuspegi batetatik telebista eta telebista ikustea adin-talde ezberdinentzat zer diren marraztera, eta ulerkera hauen ezaugarri nagusiak zehaztera eraman gaitu, jakinik pertsonen esperientzia partikularra modu honetan taldekatu eta laburtzeak ez diola justiziarik egiten eguneroko esperientziaren dimentsio eta kasu aniztasunari.

Datozen orrialdeetako kasu azterketaren eredu esplikatibo-interpretatiboan, berriz, pausu bat gehiago eman eta esperientziaren karakterizazioan behatutako ezaugarri hauen marko interpretatibo orokorra osatzen saiatuko gara. Horretarako telebistarekin lotutako aisiarako hurbilketa integralaren Astia-Aldia-Aisia eredua berreskuratuko dugu, telebistarekiko aisiazko harremanen kategorizazio lana erpinka burutzeko, astizko, aldizko eta aisiazko kategorietatik abiatuta. Aurrekategoria hauetatik abiatuta belaunaldien telebistarekiko aisiazko harremanen kategorizazio teorikoa osatuko dugu, taldeen artean aurkitu ditugun paralelotasun eta dibergentzien azalpena proposatuz.

Ondoren adin-taldeen eta belaunaldien arteko harremanari helduko diogu. Alde batetatik adin-taldeen artean identifikatu diren antzekotasun eta ezberdintasunen muina eta zergatia aztertuko ditugu. Bestetik belaunaldiaren kontzeptuari helduko diogu, adin-taldeekin duen harremanari helduz eta parte-hartzaileentzat kontzeptuak duen zeresana mahai gainera ekarri, telebistaren aisiazko harremanengan duen zeresana eta zergatia aztertu aurretik.

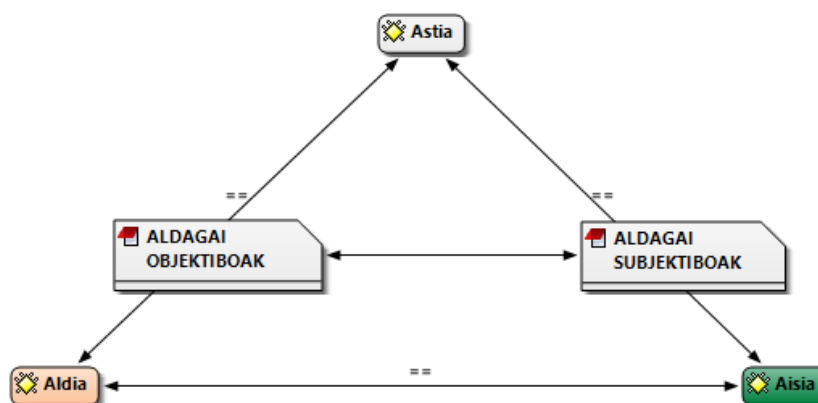
Amaitzeko belaunaldi ezberdinen telebistarekiko aisiazko harremanen proposamen teorikoa zehaztuko dugu.

6.4.1. KATEGORIZAZIO ETA BIRKODEKETA PROZESUA

4, kapituluaz azaldu bezala, bigarren zikloko kodeketak eta kodeketa teorikoak lehen zikloko kodeak familiatan elkartu, lehen aurrekategoriak osatu eta kategoria ezberdinak, hauen dimentsioak eta haien arteko harremanak zehaztea ahalbidetu digu⁵²⁷.

Horretarako Astia-Aldia-Aisia eredua eta lehen zikloko kodeketa izan ditugu oinarri eta azken portu, telebistaren aisiazko harremanen aldagai objektibo eta subjektiboak kontuan hartu eta eredu esplikatibo-interpretatiboa osatze aldera. Landa-lanean zehar jasotako informazioa modu ordenatu eta alderagarrian berreskuratu eta ikusarazteaz gain, eredu honek ATLAS. ti programaren teoria eraikuntzarako tresnak baliatuz kasu azterketaren proposamen teorikoa jostea erraztu digu. 51. irudiak kategorizazio lanaren oinarria den Astia-Aldia-Aisia eredua berreskuratzen du:

51. IRUDIA: KATEGORIZAZIOAREN OINARRIA, ASTIA-ALDIA-AISIA EREDUA



Iturria: norberak egin

Kategoriak osatzerako orduan hurbilketa abduktiboa erabili dugu, ikerlariak aurrez-aurretik edo “goitik behera” ezarritako kode fokalizatuak eta parte-hartzaileek haien jardunean adierazitako esapideak (In vivo kode bezala jasoak) elkarlotuz, birkodeketa burutu ahal izateko QDA planteamenduaren baitan. Kategorizazio teoriko honek, hortaz, ikerlariaren ardura eta parte-hartzaileen diskurtsoaren arteko erdibideko interpretazioa eskaintzea du helburu.

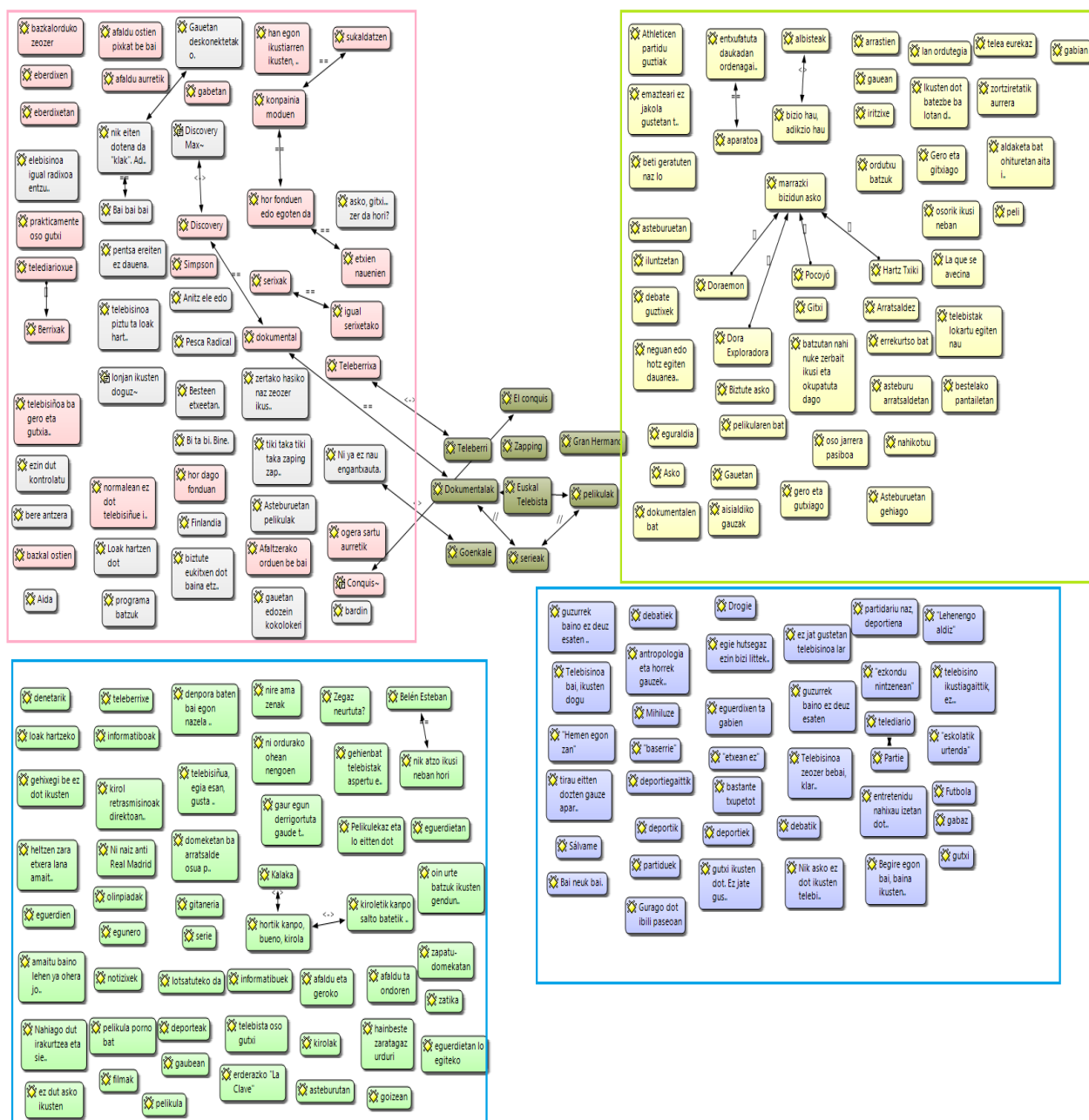
Bi fasetan egin dugu Astia-Aldia-Aisia ereduaren arabeko kategorizazio lana. Lehenengo fasean In vivo kodeketen funtsatze eta dentsitatearen miaketa induktiboa burutu da adin-taldeka, termino natibo esanguratsuenak identifikatuz eta elkarren arteko harreman semantikoak eratuz lehen aurrekategoriak sortzeko. Lan hau kategorien, adin-taldearen eta

⁵²⁷ Ikus, 4. Kapituluaz “Kodeketa teorikoa (ZERGATIK).”

eztabaiden barne-aberastasuna islatzeko lagungarri izan zaigu eta eredu esplikatiboaren oinarri induktiboa osatzeko ezinbestekoa.

52. irudiak telebistako edukien inguruan jasotako in vivo kode funtsatuenak (pasarte gehien kodetuta dituztenak) jasotzen ditu, lau adin-taldeetan banatuta (gorriz Gazteak, horiz Helduak 1, berdez Helduak 2 eta urdinez Nagusiak): Erdikaldean kokatu ditugun berde ilunezko kodeek lau taldeetan aipatutako terminoak biltzen dituzte. Kasu honetan “El Conquis”, “Gran Hermano”, “Zapping”, “Teleberri”, “Dokumentalak”, “Euskal Telebista”, “pelikulak”, “Goenkale” eta “serieak”.

52. IRUDIA: AURREKATEGORIAK SORTZEN. TELEBISTAKO EDUKIAK ETA IN VIVO KODEAK



Iturria: norberak egina

Behin in vivo miaketa burututa, Astia-Aldia-Aisia ereduaren araberako kategorizazioa eraikitzeko begirada induktiboaren aberastasuna eta begirada deduktiboaren alderagarritasuna uztartuko dituen josteta abduktiboaren alde egin da, horretarako kodeketa modu ezberdinak elkarren harremanean jarritz.

Prozesu honen balioa kodeketa teorikoaren izaera abduktiboan datza, azterketa kategoria deduktiboak parte-hartzaileen kontakizun eta adierazpenen arabera birpentsatu bai dira, azken proposamen esplikatibo-interpretatiboari begira. Kategoria teoriko bakoitzaren izaera abduktibo honen adierazgarri adin-taldea jaso diren in-vivo termino esanguratsuenak kontsulta daitezke, telebistaren aisiazko harremanen astizko, aldizko eta aisiazko kategoriei dagozkien tauletan⁵²⁸.

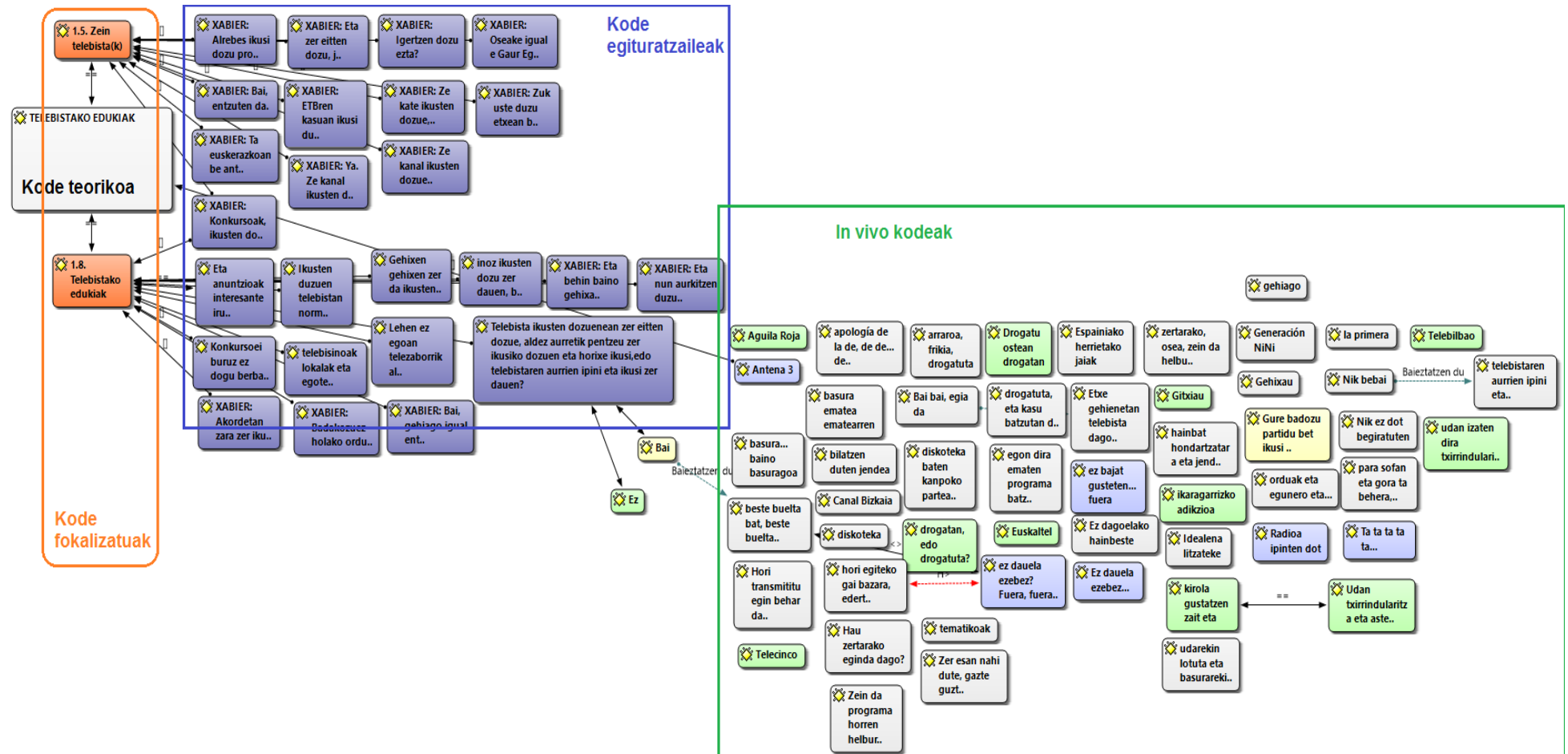
53. irudiak prozesu hau ilustratzeko balio digu. Bertan, “Telebistako edukiak” kategoria edo kode teorikoaren⁵²⁹ menpeko kode fokalizatu (“1.5 Zein telebista(k)” eta “1.8 Telebistako edukiak”), kode egituratzaile eta In Vivo kodeen arteko harremana azaltzen da. Birkodeketa lan honek, kasu azterketaren eredu esplikatibo-interpretatiboaren arkitektura osatzen du, proposamen teorikoa eraiki ahal izateko bilaketak, alderaketak eta adibideak bilatzea ahalbidetuz.

Ohar bezala, aipatu behar da ez direla “Telebistako edukiak” kategoriaren menpeko in vivo kode guztiak erakusten, gehiegi direlako. Hori beharrean “1.8 Telebistako edukiak” kode egituratzailearen baitako “Telebista ikusten dozuenean zer eitten dozue, aldez aurretik pentzeu zer ikusiko dozuen eta horixe ikusi,edo telebistaren aurrien ipini eta ikusi zer dauen?” galdera edo kode egituratzailearekin lotutako In Vivo kodeak jaso dira.

⁵²⁸ Ikus eranskinetan Telebistaren aisiazko harremanen astizko, aldizko eta aisiazko kategoriak: in vivo kodeak, adin-taldea.

⁵²⁹ Kasu honetan kode teorikoak bere baitako kode fokalizatu baten izena hartzen du, kategoriaren errealitatea ondoen azaltzen duen terminoa delakoan.

53. IRUDIA: ASTIA-ALDIA-AISIA EREDUAREN ARABERAKO KATEGORIZAZIOA ETA BERKODEKETA



Iturria: norberak egina

6.4.2. TELEBISTAREKIKO AISIAZKO HARREMANEN MARKO INTERPRETATIBOA

Behin birkodeketa eta kategorizazio lana nola burutu dugun azalduta, telebistarekiko aisiazko harremanen kategorizazio orokorra aurkezteko unea da. Kategorizazio honen helburua adin-taldeen eta belaunaldien arteko antzekotasun eta ezberdintasunak azaltzean datza, deskribapen soiletik harago joan eta jasotako informazioaren eta alde zaurretik marraztutako karakterizazioaren marko interpretatibo global bat eskainiz. Marko hau telebistarekiko aisiazko harremanen kategorizazio orokorraren bidez aurkezten da, Astia-Aldia-Aisia ereduari jarraituz, hiru erpinen inguruan antolatutako 12 kategoria teorikoren inguruan antolatuta.

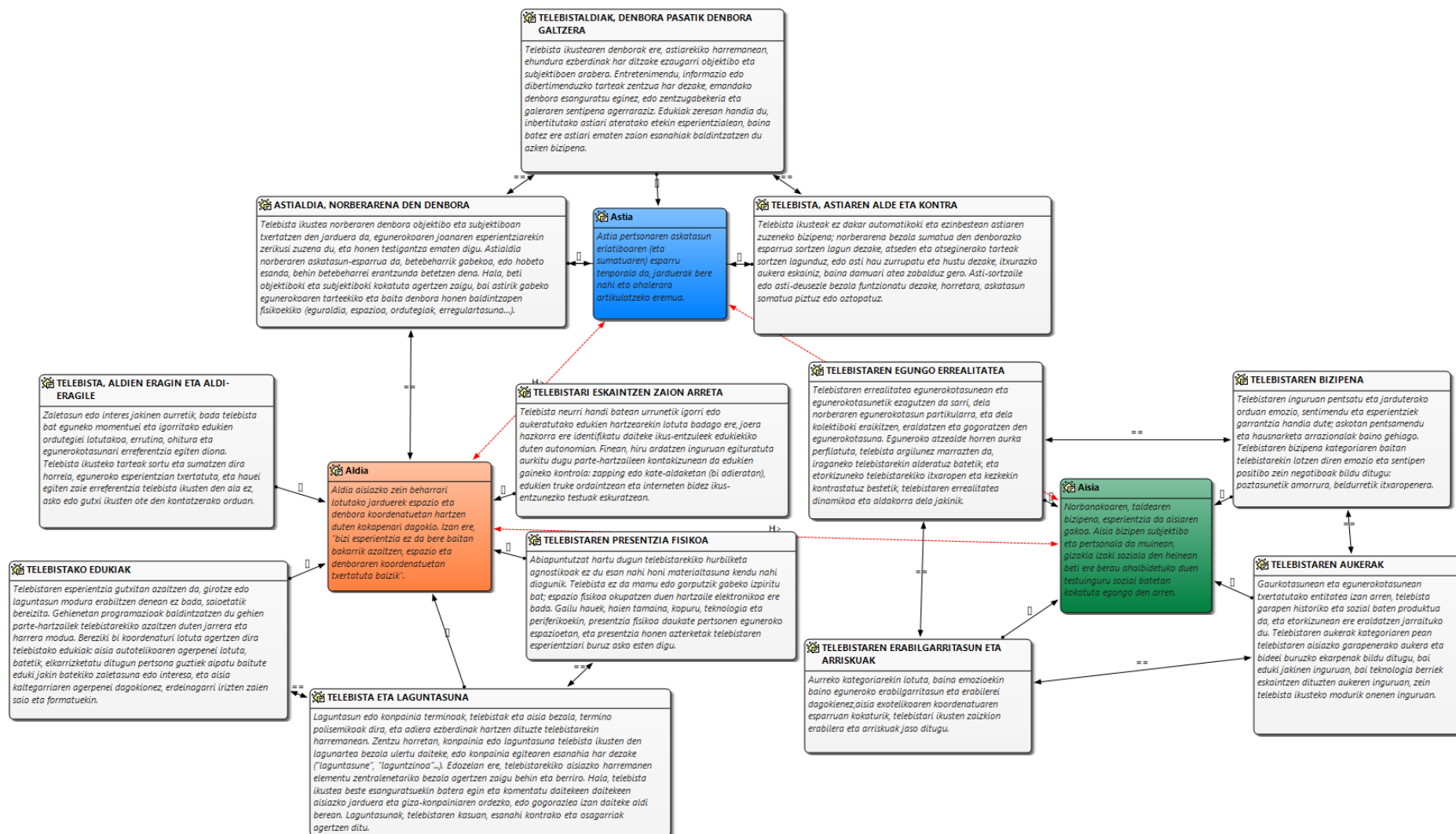
Astiaren erpinean kokatuta telebistarekin lotutako askatasun sumatuaren esparru tenporalaren pertzepzio eta bizipenaren interpretaziorako hiru kategoria teoriko proposatzen ditugu: “Astialdia, norberarena den denbora”, “Telebista, astiaren alde eta kontra” eta “Telebistaldiak, denbora pasatik denbora galtzera”. Aldia erpinean aldiz telebista ikustearen praktikaren espazio eta denborazko koordinatuak jaso ditugu, praktikaren gauzatze objektibo eta subjektiboak bilduz bost kategoria teorikotan: “telebista, aldien eragin eta aldi-eragile”, “telebistari eskaintzen zaion arreta”, “telebistako edukiak”, “edukien gaineko kontrola”, “telebista eta laguntasuna” eta “telebistaren presentzia fisikoa”.

Aisia erpinean, azkenik telebistaren aisiazko bizipen eta esperientzia pertsonalari heldu zaio propio, lau kategoria teoriko nagusiren bidez: “telebistaren egungo errealitatea”, “telebistaren erabilgarritasun eta arriskuak”, “telebistaren aukerak” eta “telebistaren bizipena”.

Hiru erpinek, elkarrekin harremanean, pertsonen telebistarekiko aisiazko harremanak aztertu eta azaltzeko eredu teoriko integral bat osatzen dute, aisiaren dimentsio objektibo eta subjektiboak erreparatu, telebistaren aisiazko errealitate anitzak aitortu eta telebistarekin lotutako aisiazko esperientzien kontakizuna jasotzeko ahalmena eskainiz.

Ereduaren hiru erpinak, eta berauei lotutako kategoria teorikoak ez dira, noski, errealitate itxi eta isolatu bezala ulertu behar, elkar eraginean dauden konstruktio dinamiko bezala baizik. QDA planteamenduaren printzipioak jarraiki, marko interpretatibo bezala berrikusketara irekita daude, eta prospekzio ziklo berriak abiatzea ahalbidetzen dute. Hurrengo orrialdean aurkezten den 54. irudiak jasotzen duen kasu azterketaren marko interpretatiboak aldi berean osatzen du ikerketa honen helmuga, eta abiapuntu berri bat. Datozen orrialdeetan hamabi kategoria teoriko hauek azalduko ditugu.

54. IRUDIA: TELEBISTAREKIKO AISIAZKO HARREMANEN KATEGORIZAZIO OROKORRA: MARKO INTERPRETATIBOA

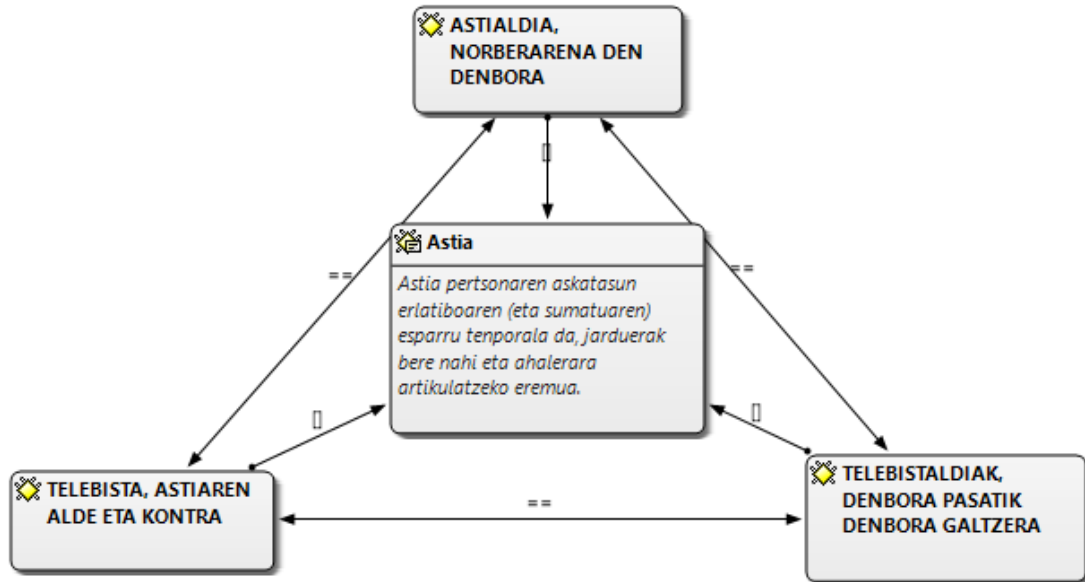


Iturria: norberak egina

6.4.2.1. ASTIZKO KATEGORIAK

Astizko kategorietan telebistaren esperientziari eragiten dioten astiarekin lotutako elementu nagusiak bildu ditugu, berau pertsonaren askatasun erlatibo eta sumatuaren esparru tenporal bezala ulertuta.

55. IRUDIA: ASTIZKO KATEGORIAK



Iturria: norberak egina.

- *Astialdia; Norberarena Den Denbora*

Telebista ikustea norberaren denbora objektibo eta subjektiboan txertatzen den jardura da, egunerokoaren joanaren esperientziarekin zerikusi zuzena du, eta honen testigantza ematen digu. Astialdia norberaren askatasun-esparrua da, betebeharririk gabekoa, edo hobeto esanda, behin betebeharreari erantzunda betetzen dena. Hala, beti objektiboki eta subjektiboki kokatuta agertzen zaigu, bai astirik gabeko egunerokoaren tarteekiko eta baita denbora honen baldintzapen fisikoekiko (eguraldia, espazioa, ordutegiak, erregulartasuna...).

- *Telebista; Astiaren Alde Eta Kontra.*

Telebista ikustek ez dakar automatikoki eta ezinbestean astiaren zuzeneko bizipena; norberarena bezala sumatua den denborazko esparrua sortzen lagun dezake, atsedena eta atseginerako tarteak sortzen lagunduz, edo asti hau zurrupatu eta hustu dezake, itxurazko aukera eskainiz, baina damuari atea zabalduz gero. Asti-sortzaile edo asti-

deusezle bezala funtzionatu dezake, horretara, askatasun somatua piztuz edo oztopatuz.

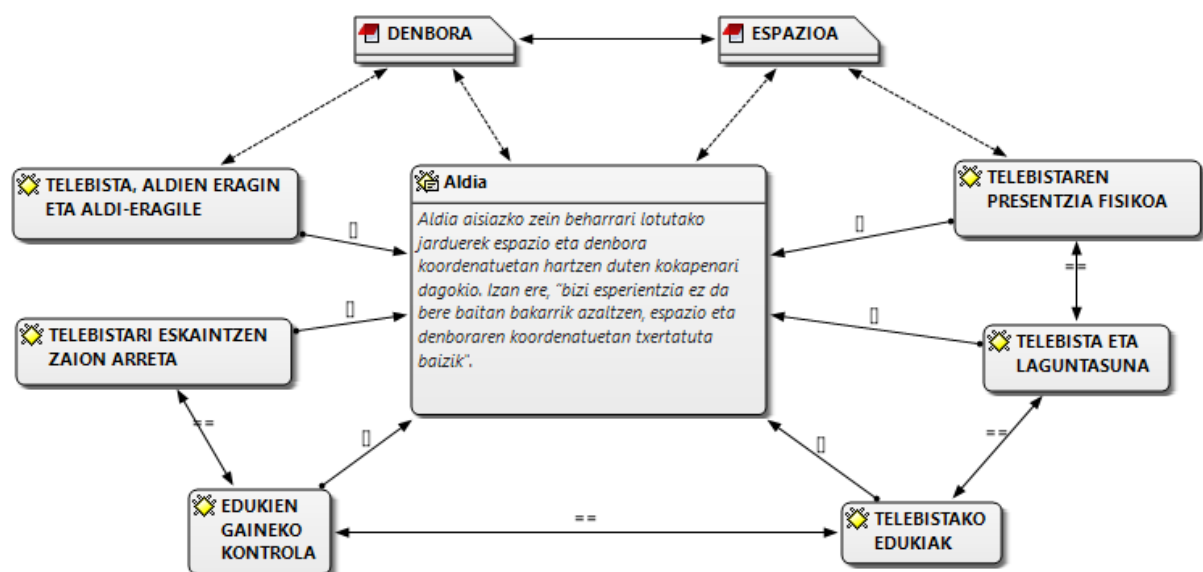
- *Telebistaldiak, Denbora Pasatik Denbora Galtzera*

Telebista ikustearen denborak ere, astiarekiko harremanean, ehundura ezberdinak har ditzake ezaugarri objektibo eta subjektiboen arabera. Entretenimendu, informazio edo dibertimenduzko tarteak zentzua har dezake, emandako denbora esanguratsu eginez, edo zentzugabekeria eta galeraren sentipena agerraraziz. Edukiak zeresan handia du, inbertitutako astiari ateratako etekin esperientzialean, baina batez ere astiari ematen zaion esanahiak baldintzatzen du azken bizipena.

6.4.2.2. ALDIZKO KATEGORIAK

Aldizko kategorietan telebistarekin lotutako jarduerak hartzen dituzten espazio eta denbora koordinatuak bildu ditugu, telebistaren esperientzia kokatzen duten elementu eta baldintza objektibo eta subjektiboak.

56. IRUDIA: ALDIZKO KATEGORIAK



Iturria: norberak egina

- *Telebista, Aldien Eragin Eta Aldi-Eragile*

Zaletasun edo interes jakinen aurretik, bada telebista bat eguneko momentuei eta igorritako edukien ordutegiei lotutakoa, errutina, ohitura eta egunerokotasunari erreferentzia egiten diona. Telebista ikusteko tarteak sortu eta sumatzen dira horrela,

eguneroko esperientzia txertatuta, eta hauei egiten zaie erreferentzia telebista ikusten den ala ez, asko edo gutxi ikusten ote den kontatzerako orduan.

Badira egunaren eta astearen tarte batzuk, telebista ikusteko tarte bezala bizi eta aitortzen direnak. Horrela, telebista ikustearen jarduerak eguneroko espazio (etxea, sukaldea, logela...) eta denborak (bazkalordua, afalordua, bazkalostea) josten ditu, egunaren aldi ezberdinak artikulatzeko gaitasuna agertzen du, eta artikulazio honen hausnarketak ematen dio bidea telebistak egunerokoan hartzen duen paperaren kontakizunari. Gustoko programazioa (albistegiak, serieak, filmak, realityak...) zein norberaren eta inguruko eguneroko errutina eta ohiturak (bazkaria prestatzea, afaltzea, umeak oheratzea...) telebista ikustearen jardueran eta esperientzian modu bereiztezinean txertatzen dira, eta horrela telebista ikustea denbora, espazio eta ohituen gurutzbidean kokatuta agertzen zaigu, eguneroko aldiek eraginda, eta eguneroko aldien eragile bezala. Zentzu horretan, ikusten den telebista kantitatea, edo telebistaldien hedapena eta maiztasuna, ezin dira bere horretan soilik ulertu, eguneroko aldi ezberdinekin harremanean baino.

- *Telebistaren Presentzia Fisikoa*

Abiapuntutzat hartu dugun telebistarekiko hurbilketa agnostikoak ez du esan nahi honi materialtasuna kendu nahi diogunik. Telebista ez da mamu edo gorputzik gabeko izpiritu bat; espazio fisikoa okupatzen duen hartzaile elektronikoa ere bada. Gailu hauek, haien tamaina, kopuru, teknologia eta periferikoekin, presentzia fisikoa daukate pertsonen eguneroko espazioetan, eta presentzia honen azterketak telebistaren esperientziari buruz asko esten digu.

Telebistak eguneroko espazioetan okupatzen dituen espazioek, espazio hauetan egiten diren jarduerak, eta berauek girotu eta eraldatzeko agertzen duen gaitasunak zerikusi zuzena dute telebistaren esperientziarekin. Telebistak dauden espazioak bizi-espazioak dira, negoziatuak, eztabaidatuak, bizitakoak, finean, eta telebistak hartzen dituen forma berriek (pantaila lauak, pantaila handiagoak, home cinemak, tablet eta sakeleko telefonoetako pantalak) bizi-espazio hauetan eragin handia dute.

- *Telebistako Edukiak*

Telebistaren esperientzia gutxitan azaltzen da, girotze edo laguntasun modura erabiltzen denean ez bada, saioetatik bereizita. Gehienetan programazioak baldintzatzen du gehien parte-hartzailek telebistarekiko azaltzen duten jarrera eta harrera modua. Bereziki bi koordinaturi lotuta agertzen dira telebistako edukiak: aisia

autotelikoaren agerpenei lotuta, batetik, elkarrizketatu ditugun pertsona guztiek aipatu baitute eduki jakin batekiko zaletasuna edo interesa, eta aisia kaltegarriaren agerpenei dagokionez, erdeinagarri irizten zaien saio eta formatuekin.

Telebista kate edo kanaleak, berriz, edukien paketatzaile neutral baino, telebista estilo eta formatu bezala hartzen dira sarri, zaletasun eta higuin adierazpenak sorraraziz. Sinesgarritasuna, legitimotasuna, kalitate aitortpena, eta telebistaren erabilera eta funtzioak ere sarri telebista-kateei lotuta agertzen dira hala, eta gehienetan, edukia da telebista piztuta izatetik ikustera igarotzeko arrazoia, baita telebista itzali edo beste telebista batetara alde egitekoa ere.

- *Telebista Eta Laguntasuna*

Laguntasun edo konpainia terminoak, telebistak eta aisia bezala⁵³⁰, termino polisemikoak dira, eta adiera ezberdinak hartzen dituzte telebistarekin harremanean. Zentzu horretan, konpainia edo laguntasuna telebista ikusten den lagunartea bezala ulertu daiteke, edo konpainia egitearen esanahia har dezake ("laguntasune", "laguntzinoa"). Edozelan ere, telebistarekiko aisiazko harremanen elementu zentralenatariko bezala agertzen zaigu behin eta berriro. Hala, telebista ikustea beste esanguratsuekin batera egin eta komentatu daitekeen daitekeen aisiazko jarduera eta giza-konpainiaren ordezkio, edo gogorazlea izan daiteke aldi berean. Laguntasunak, telebistaren kasuan, esanahi kontrako eta osagarriak agertzen ditu.

Social TV edo telebista sozialaren sareko agerpenek, zein landa lanean aurkitu diren sakeleko telefonoen bidezko komunikazio formek, telebista espazio (eta denbora) ezberdinetan ikusita ere, laguntasun eta sozializazioarekin zerikusi handia duten elkarrizketa eta iruzkintze modu hazkorak iradokitzen dituzte. Elkarrizketa edo berbeta hori funtsezkoa da telebistaren laguntasunaren lehenengo adierari dagokionez: telebistako edukiak unean bertan gertukoekin komentatzea, hurrengo eguneko lantoki edo ikastetxeko elkarrizketen oinarri txertatzea, sare sozialetan aldi berean zein modu asinkronoan eztabaidatu eta aipatzea... Bateratze multimedialak ez ditu telebistaren funtzio sozialak itzali edo estali, alderantziz, piztu egin dituela dirudi, telebistako testuak egunerokotasunaren beste esparruetara iragaziz eta haren laguntasun edo konpainia funtzioak beste une eta espazioetara eramanez. Hala, laguntasunaren kategoriak telebistaren presentzia fisiko eta sozialarekin ere badu lotura, bi norabide ezberdinetan. Alde batetik etxean dagoen telebista kopuruak nork bere edukiak "bere"

⁵³⁰ Ikus 1. Kapituluaren "Aisiaren esanahiak" eta 3. Kapituluaren "Telebistaren esanahiak, zentzuak eta plazerrak."

telebistan ikusteko joera somatzen da, eta bestetik, telebista gailurik gabeko esparruetan ere, bestelako teknologia eta praktika sozialen bidez telebistak presentzia soziala bereganatzen du.

- *Telebistari Eskaintzen Zaio Arreta*

Aisiaren perspektibatik telebista zer den modu bakar eta definitiboan zehaztea ezinezkoa dela argudiatu dugu orain artean. Modu bertsuan, telebista ikustea zer den definitzea ere problematikoa da, aldi bereko jarduerak elkargurutzatu eta interferitutako praktika soziala delako. Hori dela eta, telebistari eskaintzen zaion arreta, telebistarekiko interes eta ardura klabeak dira telebistarekiko aisiazko harremanak aztertzerako orduan. Telebistari egiten zaion jaramona, jartzen den aditasuna, egiten den kasua, aldizko kategoria funtsezkoa da telebistaren eta telebista ikustearen esperientzia ulertzeko, telebista piztuta izatea eta ikustea gauza ezberdinak direlako.

Telebista ikustea gutxitan izan da, historikoki, modu eksklusiboan egin den jarduera bat, ikustearen izaera sozialak, telebistaren kokapen etxetiarrek eta egunerokotasunarekiko loturak hasieratik zabaldu baitizkiote aukerak aldibereko jarduera bateragarriei, dela beste hedabide batzuk kontsumitzea (prentsa idatzia nagusiki), ikuskideekin solasa edo etxeko lanen ardura hartzea. Egun, bateratze digital eta multimediarekin, telebistak ikus-entzuleen arretari dagokienez inoiz baino lehiakide gehiago dituela argudia daitekeen arren, telebistari eskaintzen zaion arreta aldiberekoa, aldizkakoa, ezjarraia eta intentsitate aldakorrekia bezala ageri da parte-hartzaileen kontakizunean.

Hala, eguneroko hainbat jarduera azaltzen dira telebistarekin eta telebista ikustearekin lotuta. Batzuk telebista ikustearen jarduerarekin lotzen dira, bazkaria prestatzea, plantxa egitea lo kuluxka botatzea, lagunekin egotea... Telebistarekin osatzen diren harremanaren zati funtsezko bezala aitortzen dira, naiz eta sarri telebista ikustea bera zailtzen edo ezinezko egiten duten. Bestalde, telebistarekin lotuta azaltzen diren teknologien dagokienez (ordenagailua, sakelekoa, bideojoko kontsola, irratia, egunkaria...) elkargurutze interesgarriak planteatzen dituzte arreta-zirkuitu paralelo eta tangentialak eskainiz, telebistarengandik aldendu egiten direnak, eta bestetan telebistaren inguruan egituratzen direnak, berau nodo zentral bezala harturik.

Edozelan ere, telebistari eskaintzen zaion arreta ez dago eguneroko aisi eta astialditik bereizirik, bertan integratuta baino: arreta kategoria ekidiezina bihurtzen da telebistaren aldiak egunean eta asteen zehar nola banatzen, eraikitzen eta bizitzen diren aztertzerako orduan, eta, modu berean telebistari eskainitako arreta ezinbestean kokatu behar dugu espazio eta denboraren koordinatuetan.

- *Edukien Gaineko Kontrola*

Telebista neurri handi batean urrunetik igorri edo aukeratutako edukien hartzearekin lotuta badago ere, joera hazkorra ere identifikatu daiteke ikus-entzuleek edukiekiko duten autonomian⁵³¹. Finean, hiru ardatzen inguruan egituratuta aurkitu dugu parte-hartzaileen kontakizunean da edukien gaineko kontrola: zapping edo kate-aldaketan (bi adieratan), edukien truke ordaintzean eta interneten bidez ikus-entzunezko testuak eskuratzean.

Urrutiko agintea izan da tradizioz telebistaren ikus-entzuleari boterearen sinboloa: telebistaren edukiak urrunetik jaso arren, urruneko kontrola eskuetan duen ikus-entzuleak du hartzearen inguruko azkeneko hitza, hark du entzungo diren soinuen eta ikusiko diren irudien gainean azken agintea. Aukera, eskaintzaren arabera mugatua bada ere, ikus-entzulearena da horretara. Denborarekin, kate batetik bestera saltoka jarduteari, aukeraketa baino etenduraz osatutako irudi eta soinuen mokokatzeari zapping deitu zaio.

Zappinga, bi erataria ulertu da parte hartzaileek haien kontakizunean: ikusteko zerbaiten bila, edo ikusi nahi ez den zerbaitetatik ihes egiteko (adibidez, iragarkiak) egiten den bilaketa/aukeraketa/erabakitze prozesua, edo, bestela, ikustea merezi ez duen ezer aurkitzeko itxaropenik gabe burutzen den alderraia. Helbururik gabeko noraez bezala, zappingak zaletasun eta arbuioak berdin jasotzen ditu: telebista ikusteko modu bezala aldarrikatzen dutenak, eta denbora galtze hutsa dela uste dutenak. Hala ere, gutxi edo asko, aukeratzeko zein aukeratzeko ezer aurkitzeko esperantzarik gabe egiten denean, telebistarekin oso modu indartsuan lotuta agertzen da zappinga.

Egun, hala ere, zappinga ez da ikus-entzuleak telebistako edukien gaineko kontrola izateko eskura duen aukera bakarra: ikus-entzunezko edukiak euskarri fisikoetan zein seinale digital erosi eta alokatu daitezke, nork bere aukeraketaren arabera determinatuz telebista pantailan azalduko dena. Internetek ere, ikus-entzunezko edukietarako sarbide oparoa eskaintzen du, dela ordenagailutik, sakeleko telefonoetatik edo horretarako prestatutako telebista eta bideojoko kontsolen bidez. Telebistarekin konektatutako teknologia berriek, hala, agente eta autonomia handiagoa eskaintzen dizkiote telebistaren ikus-entzuleari. Hala ere, ordainketa bidezko edukiaren kontsumo ereduak, zein internet bidezko streaming bidezko zein deskarga bidezko aukerek ahultasun ageriko bat azaltzen dute igorpen tradizioaren aurrean: aurretik zer

⁵³¹ Ikus "Telebista gure garaian" atala, 2. Kapituluan.

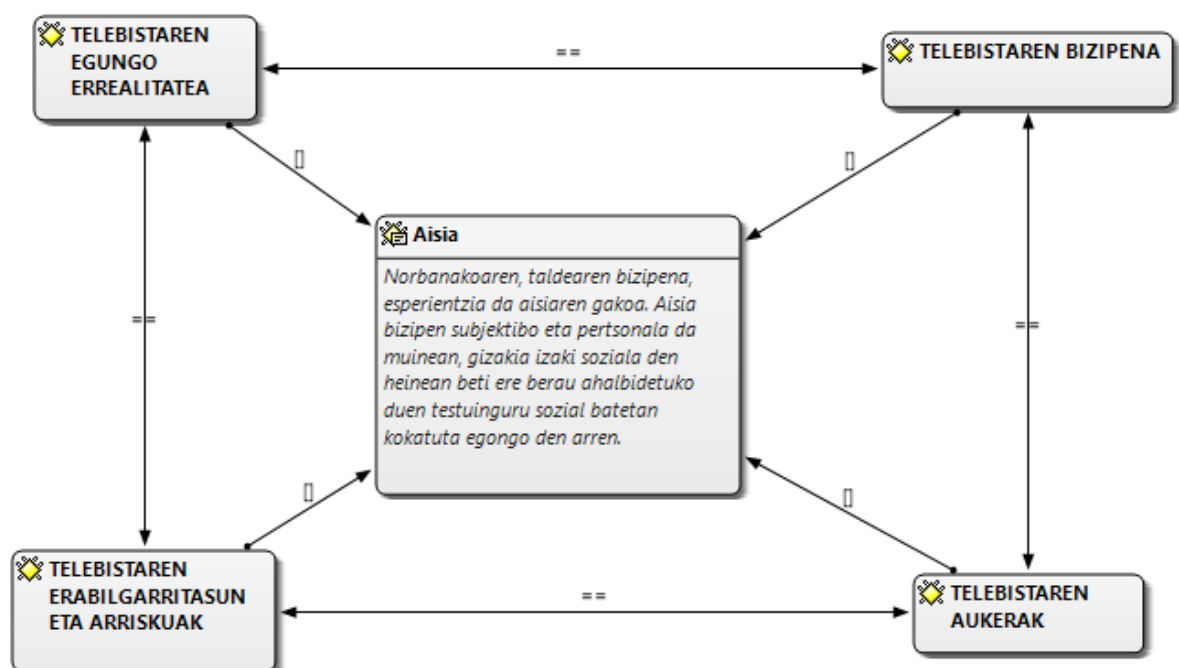
ikusi jakin behar izatea, telebista aurrean eseri eta dagoenaren artean aukeratu beharrean.

Edukien gaineko kontrola oso kategoria garrantzitsua da telebistaren esperientzia aztertzerako orduan. Batetik, jada esan bezala aisia autoteliko eta kaltegarriaren koordinatuak batez ere edukiekin lotuta agertzen direlak. Bestetik, edukia aukeratu eta determinatu ahal izateak aisiaren ezaugarri diren askatasun somatu eta norberaren autonomia eta jarduera kritikorako aukera berriak zabaltzen ditu, eta sarri aipatzen da oraindik zehazteko dagoen telebista eredu berri baten ezaugarri posible bezala: edukien gaineko erabakitze ahalmen handiagoa. Zentzu horretan ikus-entzuleei zapping soila ez den aukeraketa eta parte-hartze esparruak zabaltzea etorkizuneko telebistaren bereizgarrietariko bat izan daiteke.

6.4.2.3. AISIAZKO KATEGORIAK

Aisiazko kategorietan telebistarekin harremanean zuzenean aisiaren esperientziarekin lotura duten elementuak bildu ditugu, propio hala adierazitako telebistaren aisiazko bizipenak. Hala, telebistaren eguneroko bizipen subjektibo aske eta atsegingarrien kategoria nagusiak bildu nahi izan ditugu: telebistaren egungo errealitatea, telebistaren bizipena, telebistaren erabilgarritasun eta arriskuak, eta telebistaren aukerak.

57. IRUDIA: AISIAZKO KATEGORIAK



Iturria: norberak egina

- *Telebistaren Egungo Errealitatea*

Telebistaren errealitatea egunerokotasunean eta egunerokotasunetik ezagutzen da sarri, dela norberaren egunerokotasun partikularra, eta dela kolektiboki eraikitzen, eraldatzen eta gogoratzen den egunerokotasuna. Eguneroko atzealde horren aurka perfilatuta, telebista argilunez marrazten da, iraganeko telebistarekin alderatuz batetik, eta etorkizuneko telebistarekiko itxaropen eta kezkekin kontrastatuz bestetik, telebistaren errealitatea dinamikoa eta aldakorra dela jakinik.

Horrela, telebistako formatu eta generoek jasan dituzten eraldaketak mintzagai dituzte adin-taldeetako partaideek, dela atzo edo gaurko saioetara zaletasuna aitortzeko nahiz telebistak hartu dituen norabide berrien aurrean alienazioa eta aldentzea adierazteko. Batzuentzat telebista munduaren berri izateko tresna informatiboa da, beste batzuentzat denbora pasatzeko tresna, beste batzuentzat etxean falta ezin den laguna. Norberaren eta ingurukoen orainaldiaren errealitate horietan txertatuta interpretatzen eta baloratzen dira egungo telebistaren formak eta etorkizunean har ditzakeen bideak, hasi Lurrazaleko Telebista Digitaletik eta seme-alabarekin telebista bidez bideokonferentziaz hitz egin ahal izatera.

- *Telebistaren Bizipena*

Telebistaren inguruan pentsatu eta jarduterako orduan emozio, sentimendu eta esperientziek garrantzia handia dute; askotan pentsamendu eta hausnarketa arrazionalak baino gehiago. Telebistaren bizipena kategoriaren baitan telebistarekin lotzen diren emozio eta sentipen positibo zein negatiboak bildu ditugu: poztasunetik amorrura, beldurretik itxaropenera.

Interesgarria da ikustea oro har ontasun eta txarkeriak, filiak eta fobiak eduki partikularrekin lotzen diren arren, badaudela, egon, telebistarekin zuzenean lotzen diren bizipenak. Hala, telebistarekiko aisiazko bizipen hauek telebistarekiko itxaropen eta ardura abstrakto eta konkretuak barnebiltzen dituzte, eta, aipatzekotan, saio partikularrak ardura hauen adibide bezala azaltzen dira.

- *Telebistaren Erabilgarritasun Eta Arriskuak*

Aurreko kategoriarekin lotuta, baina emozioekin baino eguneroko erabilgarritasun eta erabilerei dagokienez, aisia exotelikoaren koordinatuaren esparruan kokaturik, telebistari ikusten zaizkion erabilera eta arriskuak jaso ditugu.

Hala, telebistaren aisiazko funtzionalitate sumatuak jaso ditugu kategoria honetan, norberaren helburu eta lehentasunen arabera telebistaren balorazio utilitariora.

Pertsona batzuentzat telebistak oso ondo funtzionatzen du haien aisiazko helburuei erantzuteko, eta beste batzuentzat aldiz ez. Kategoria honetan pertsona eta adin-talde ezberdinen topaketa puntu eta aldentzeak jaso ditugu.

- *Telebistaren Aukerak*

Gaurkotasunean eta egunerokotasunean txertatutako entitatea izan arren, telebista garapen historiko eta sozial baten produktua da, eta etorkizunean ere eraldatzen jarraituko du. Telebistaren aukerak kategoriaren pean telebistaren aisiazko garapenerako aukera eta bideei buruzko ekarpenak bildu ditugu, bai eduki jakinen inguruan, bai teknologia berriek eskaintzen dituzten aukeren inguruan, zein telebista ikusteko modurik onenen inguruan.

Ezadostasun handiak jaso diren arren, finean argi gelditu da telebista errealitate dinamikoa dela, eta haren etorkizuneko formak ez daudela guztiz itxita, haren egungo formetik harremanak ere zati handi batean ikus-entzuleen esku dauden hein berean.

6.4.3. TELEBISTAREN AISIAZKO ONTOLOGIA: HIPOTESI ESPLIKATIBOA

Telebista, errealitate anitz biltzen dituen entitate bezala hartu eta aisiaren perspektibatik aztertu dugu lan honetan, lau adin-talde telebistarekiko aisiazko harremanak oinarri harturik telebistaren aisiazko ontologia bat osatzeko. Behin telebistaren esperientzien eta telebistarekiko harremanen aisiazko karakterizazioa eta adin-talde eta belaunaldien arteko zeresana azalduta, azken atalburu honetan telebistaren izate, existentzia eta esperientzia ezberdinak eta hauekiko uste eta ulerkerak jasoko dituen hipotesi esplikatiboa osatzeko unea da, eraikitako marko interpretatiboa baliatuz.

Lanean zehar telebista aisiarako eta aisiazko artefaktu edo gauzakia dela ikusi dugu, aisiarako eta aisiazko errealitadedun entitate konplexu eta partaidetua. Alde batetik telebista aisiarako artefaktua da, haren entretenimendu, informazio eta dibertimenduzko funtzioak ezinbestean aisiarekin lotuta agertzen direlako. Bateratze digital eta multimediaren agertokian komunikazio plataforma, jarduera eta aztura berriak azaleratzen ari diren arren, telebista ikustea egungo gizarteetako aisiazko jarduera nagusietarikoa da⁵³².

⁵³² Ikus 3. Kapituluaren "Telebistaren denborak" eta "telebistaren lekuak" atalak.

Era berean, komunikabideen ekosistemaren bateratze multimediarako joerak aisiaren garrantzia mahai gaineratu du, komunikabideen ikus-entzulerien erreferentzialtasunari dagokionez. Telebista ez da XXI. mendeko aisiarako komunikazio-artefaktu bakarra, eta plataforma eta zerbitzu berrien agerrera bere burua berrasmatu eta berpentsatzera behartzen du, aisiazko zentraltasunerako lehian. Edozelan ere, telebistak, bere errealtate eta ulkerak anitzetan, lehen mailako aisiazko fenomeno soziala izaten jarraitzen du gure gizartean: aisiaren ulkerak bera baldintzatu eta eraldatzeko gaitasuna agertu duen eragilea. Zentzu horretan, telebistak aisiarako artefaktu bezala jasaten eta jasango dituen aldaketek eragina izango dute gure gizarteko aisiaren agerpen sozialetan.

Bestetik, telebista aisiazko artefaktua ere bada, pertsona eta taldeek harekiko osatzen dituzten eguneroko aisiazko harremanek moldatzen dutelako, finean, haren ulermen eta bizipena. Pertsonen eta taldeen eguneroko aisiazko jardura, ohitura eta esperientzien markoaren baitan kokatzen da telebista (ikustea), eta telebistak aisia ulertu eta bizitzeko modua eraldatu duen bezala, aisia ulertu eta bizitzeko moduak ere telebistaren esperientzia eta ulkeraren eragin zuzena du. Zentzu horretan, komunikabideen ekosistemaren baitan ematen ari diren aldaketen baitan txertatuta, telebistaren aisiazko artefaktu izaeran datza bere etorkizunaren giltza, bere aldaketa teknologikoetan bainoago. Telebistaren ezaugarri objektibo, inerteak baino, haren eguneroko ulkerak eta esperientzia biziak, subjektuek hari ematen dizkieten eta harengandik eratortzen dituzten esangura eta plazerek konfiguratzen dute telebistaren aisiazko errealtatea

Adin-taldeak eta belaunaldiak hartu ditugu telebistaren aisiarako eta aisiazko izaera hau aztertzeke abiapuntu legez. Berehala ikusi ahal izan dugu belaunaldiak errealtate sozial eta historiko bezala sumatu eta onartzen direla adin-talde ezberdinetako partaideen kontakizunean, eta antzekotasun eta ezberdintasun esanguratsuak azaltzen dituztela telebistarekiko aisiazko harremanean. Hala ere, isolatuta egotetik urrun, elkarreragin, kontaktu eta elkartrukean azaldu zaizkigu belaunaldiak, elkarren ondoko, gainjarritako errealtate bezala, zeinekiko partaidetza elementu objektibo eta subjektiboen inguruan, barrutik eta kanpotik, negoziatzen den etengabe.

Hala, telebista aisiazko eta aisiarako artefaktua bada, belaunaldien arteko aisiazko eta aisiarako artefaktua da. Alde batetik adin-talde ezberdinek telebistarekiko aisiazko harreman antzeratsuak agertzen dituzte, informazio, entretenimendu eta dibertimenduarekin lotutako telebistaren aisiazko esperientzia berezko edo

intrintsekoak dei genitzazkeenak, objektu berarekiko harreman askotarikoak irudikatzen dituztenak.

Bestetik, telebista ikustearen praktika eta telebistaren esperientzia adin-taldeen artean ematen da, ez soilik hauen baitan, belaunaldien arteko elkarbizitza, elkartruke eta kidegoan. Telebista batez ere familian ikusten da aisiazko jarduera bezala, eta belaunaldi zahar eta gazteagoek elkarrengandik ikasten dute, elkarrekin eztabaidatzen dute eta elkarrekiko negoziatzen dute telebistaren aisiazko izaera, modu kontziente eta inkontzientean. Horrela, telebista etengabea adin-talde eta belaunaldien artean eraiki eta eraisten den aisiazko errealitate soziala da.

Adinak eta belaunaldiekiko afiliazio edo partaidetzak zerikusi zuzena dute telebistarekiko ezartzen diren aisiazko harremanetan. Biak ala biak dira ezinbesteko faktoreak pertsonaren eta taldearen telebistarekiko harremana azaltzerako orduan.

Adin-taldeak telebistarekiko aisiazko harremanen marko materiala, objektiboa osatzen duela esan dezakegu: baldintza biografiko, historiko eta sozialak, baliabide ekonomikoak, eskura dagoen astia, aukeran dauden aisiazko jarduerak, ordutegiak, bete-beharrak... Belaunaldia berriz besteeikiko eta norberarekiko ezaugarritze eta identifikatze eremu subjektiboa da, kanpo-bereizketa eta norberaren eratzearen bidez eratzen den kategoria erlatiboa, non telebista zein komunikazioaren ekosistemako beste eragileekiko harremana esanguratsu bilakatzen diren. Bi kategoria hauen, adin-talde objektiboaren eta belaunaldi subjektiboaren elkar hartua azaltzeko klabea da telebistarekiko harremana deitu diogun interakzio sinbolikoaren egiazko esanahiari erreparatzea.

Euskaraz *harreman* deritzogu eragileen arteko elkarrekintza, elkarriketa eta kontaktuari. Hartu eta eman, bi norantzako bidea da harremana, informazioaren norantza bakarreko transmisioarekin baino norantza eta norabide askotako komunikazio prozesuekin lotura handiagoa agertzen duena. Eman eta hartu egiten dute ezinbestean, harremanean dauden subjektu eta objektuek. Batzuen eta besteen arteko kontaktuak bi parteak eraldatzen ditu, ez ditu harremana hasi baino arinago zeuden bezala uzten. Ez dago eraginik gabeko harremanik. Telebistaren ideia, telebistaren errealitate sozial eta esperientziala harremanean eraikitzen da. Aldagai objektiboak (emanak) barne hartzen ditu, aldagai subjektiboekin (harrerak) batera. Telebistaren jario edo emanak ⁵³³ eta ikus-entzuleen harrerak ⁵³⁴ osatzen dute

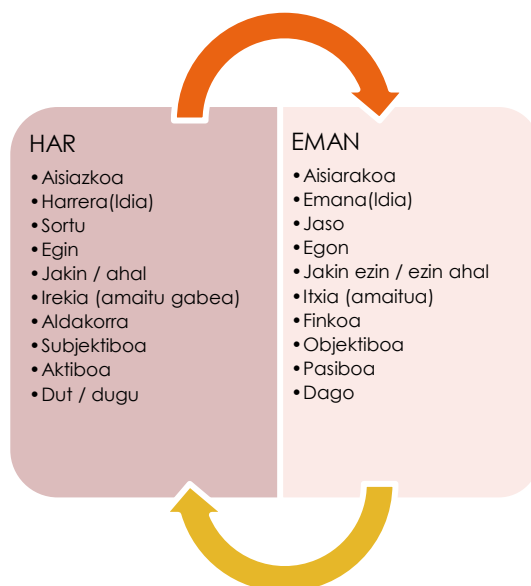
⁵³³ *Emission*, ingelesez, *emisión* espainieraz, *émission* frantsesez, igortzen den, emana den edukiaren zentzuan.

⁵³⁴ *Reception*, ingelesez, *recepción* espainieraz, *réception* frantsesez, jas.

telebistarekiko aisiazko harremana. Aldi berean hartua eta emana da, zentzu horretan, telebista ikustearen esperientzia, telebistaren eguneroko bizipena, eta, hortaz, telebistaren aisiazko errealtatea.

Telebista, komunikatiboki eraikitzen den aisiazko eta aisiarako artefaktua da, elementu objektibo eta emanen eta elementu subjektibo eta hartuen gurutzaketa kokatu eta beti ere partikularra. “Tele” edo kanpotik, urrunetik ezarritako errealtatea ezinbestekoa da bere indarra eta aukerak, ahultasun eta arriskuak ulertzeko, baina “auto” edo norberaren, pertsonaren eta taldearen baitako aukeraren eta autonomiaren beharra du, aisiazko entitate bezala eratu ahal izateko.

58. IRUDIA: TELEBISTAREKIKO HARREMANA, ELEMENTU SUBJEKTIBO ETA OBJEKTIBOAK



Iturria: norberak egina

Ikus-entzuleek eta ikus-entzuleriek, hortaz, erantzunkizun handia dute telebistarekiko aisiazko harremanean, eduki programatzailerik, saioen ekoizle eta iragarleek dutenaren alderantzizkoa, baina nolabait konplizea. Eman datorren, finkatuta dagoen errealtate itxi eta pasiboa ireki egiten dute hartzaileek, ezinbestean, interpretaziora irekita, amaitu gabe, egunerokoaren indefinizio eremua berrian kokatzen dute, eta hor ematen hartzen du, edo galtzen du esangura. Aisiazko esperientzia benetakoa denean, esanahi eta plazerak sortzeko gai den hartueman osatzen da, eta aisiazko esperientzia negatiboa, benetako aukerarik eta asebetetzetik eskaintzen ez duena denean, asperra, egonezina eta arbuioa ematen dira. Baina beti bi osagarrien elkar-harremanean.

Belaunaldien eraikuntza, pertzepzio eta partaidetzak zerikusi handia du telebistarekiko aisiazko harremanen izaerarekin. Belaunaldiak, neurri haundi batean, besteei begira eraikitzen dira, eta aisiazko harreman arrakastatsu eta huts egindakoek, zaletasun eta ikusi-ezinek, gustoko erritual eta damuzko ohiturek erreferentzia saihestezinak osatzen dituzte eraikuntza hauei begira.

Telebistarekiko aisiazko harremanen marko interpretatiboari erreparatuz, astizko, aldizko eta aisiazko elementu objektiboen eta hauen pertzepzio eta balorazio subjektiboen arteko harremana behin eta berriro ikusten da. Hala, telebista denbora galtze erabatekoa edo egunerokotasunaren amildegi zorabiagarriari aurre egiteko aliatu eta laguna izan daiteke. Norberarentzako askatasun esparruak eraikitze baliabide edo entitate arrotz eta manipulatzailerik bezala ikus daiteke. Inguruko beste esanguratsuak elkartzeko edo banatzeko eragina izan dezake. Eta finean, eguneroko bizitzan aisiaren aldeko edo kontrako elementu bilakatu daiteke: arnaspune eta bizitzarako irekitako leiho, edo asperraldi, menpekotasun eta alternatibarik uzten ez duen zama astun.

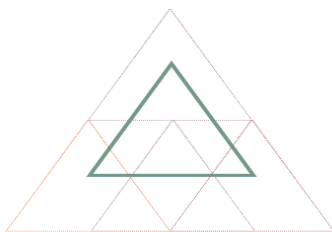
Telebistarekiko aisiazko harremanen marko interpretatiboak hartu-eman hauek Astia-Aldia-Aisia ereduaren arabera aztertu eta kokatzea ahalbidetzen digu, pertsonen eta taldeen telebistarekiko harremanak esploratu, alderatu eta ezaugarritzeko. Hala, kanpo eta barne paisaiak islatzen dituen dituen erretratuak egin ditzakegu, hiru erpinen eta proposatutako hamabi kategoria teorikoen inguruan.

Jasotako erantzunak adin-taldeetan pilatuz gero, telebistarekin harremantzeko lau tipo ideal ezberdin azaltzen zaizkigu berehala, zeinak adin-taldeak eta belaunaldiak parekatzeko tentaldira eraman gaitzakeen⁵³⁵. Baina parte-hartzaile bakoitza marko interpretatibo berean kokatuz gero, berehala azaltzen zaizkigu taldearen baitako ezberdintasun eta dibergentzia esanguratsuak, bai kasu kritikoetan, eta baita aldakuntza maximozko laginketaren bidez hautatutako parte-hartzaileen artean ere. Ondorioa argia da: adin-taldearen baitan telebistarekiko aisiazko harreman modu oso ezberdinak aurkitzen dira, elkargune eta parekotasunekin batera.

Adin-talde bakoitzaren karakterizazioa osotasun koherente eta bereizgarri bezala aurkez dezakegun arren, berez oso errealitate objektibo eta subjektibo ezberdinen gainjartzea da, elementu objektibo baten inguruan (adin-tartea) eraikitako konstruktoa alegia:

⁵³⁵ Ikus "Belaunaldiak eta telebistarekiko aisiazko harremana" kapitulu honetan bertan.

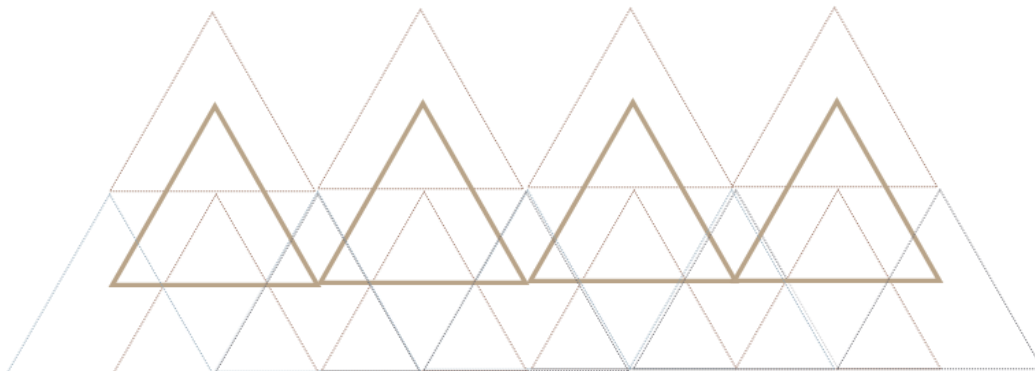
59. IRUDIA: ADIN-TALDEA ETA TELEBISTAREKIKO HARREMANTZE MODUEN GAINJARTZEA



Iturria: norberak egina

Gauza bera gertatzen zaigu, noski, adin-taldeak bata bestearen alboan jarritakoan. Bakoitza besteengandik argi bereiz dezakegun arren, berez barne-errealitate aberats eta sarri kontraesankorren gainjartzea baino ez dira:

60. IRUDIA: ADIN-TALDEAK ETA TELEBISTAREKIKO HARREMANTZE MODUEN ARTEKO LOTURA



Iturria: norberak egina.

Hortaz, belaunaldiaren kontzeptuak telebistarekiko aisiazko harremanak azaltzerako orduan duen benetako garrantzia eta balioa ez datza bere barne-kohesioan edo alderagarritasunean. Koherentziarako irizpide indartsu eta bakarrik ez duelako, aldakorra, subjektiboa eta “besteekiko” bereizteko eraikia eta aitortua delako da, beren-beregi, interesgarria.

Telebistaren errealitate azken eta bakarra definitzea ezinezkoa den bezala, harekiko harremanak adin-tarte edo koordinatu historiko-biografikoetan agortzea ere ez da zilegi. Telebistak komunikabideen ekosisteman eta pertsonen egunerokotasunean txertatuta zabaltzen ditu aisiazko eta aisiarako aukerak. Eta aukera zabaltasun honen aurrean pertsonok erreferentziak eta irizpideak behar ditugunez, zaletasunak eta gorrotoak, ohitura eta arau sozialak, identifikazio eta bereizte-guneak, elkar erabiltzen dugu telebistarekiko ditugun hartuemanak zehaztu, negoziatu eta borrokatzeko. Belaunaldiek, hortaz, nitasun eta gutasunez osaturiko nortasunak eraikitzeko erreferentziak eskaintzen dizkigute. Besteekin alderatuz, telebistaren aurrean eraikitzen baikara, eta hala eginez behin eta berriro berreraikitzen dugu telebista, aisiarako eta aisiazko artefaktu bezala.

6.5. LABURBILDUZ: JASOTAKOAREN KONTAKIZUNA

Seigarren kapitulu honetan deskribapen hutsetik interpretazio oinarritu edo funtsaturako jauzia egin dugu, karakterizazio eta kategorizazioaren figuretz baliatuz telebistarekiko aisiazko harremanen eredu esplikatibo-interpretatiboa osatzeko.

Telebistaren aisiazko izaeraren karakterizazioa bi modutan egin dugu: lehenengo eta behin telebistaren esperientziak aisiazko koordinatuen perspektibatik aztertu ditugu, aisia exotelikoak, aisia absenteak, aisia autotelikoak eta aisia kaltegarriak telebistaren bizipena ezaugarritzerako orduan duten zeresana argituz. Horretarako gakoa izan da ahozko eta idatzizko kontaketen artikulazioa, telebistarekin lotutako aisiaren koordinatuen garrantzia erlatiboa ezagutzeaz gain adin ezberdinetako parte-hartzaileen egunerokotasunean telebistak hartzen duen tokia ezagutu eta aisiaren perspektibatik ezaugarritzea ahalbidetu digulako.

Bigarren karakterizazioa, aisiaren koordinatuen araberakoa baino, adin-taldeen araberakoa izan da. Horrela, adin-taldeen telebistarekiko harremanen karakterizazioan aztertutako Gazteak, Helduak 1, Helduak 2 eta Nagusiak taldeen bereizgarriak aurkeztu ditugu. Jarraian adin-taldeen partaide aitortzen diren eta partaide sentitzen ez diren belaunaldiei buruz esateko zer duten berreskuratu dugu, norberaren eta besteen belaunaldiak ezaugarrituz, eta telebistarekiko aisiazko harremanari dagokionez dituen ondorioak azaleraziz. Adin-talde eta belaunaldi guztiek telebista aise ikusten dutela ikusi dugu, baina baita telebistarekiko aisiazko harremanak arras ezberdinak direla ere.

Ondoren, kasu azterketaren eredu esplikatibo-interpretatiboa aurkeztu dugu. Horretarako baliatu den kategorizazio eta birkodeketa prozesua deskribatu da lehenengo, telebistarekiko aisiazko harremanen marko interpretatibo orokorra aurkeztu da jarraian, astizko, aldizko eta aisiazko kategorietan banatuta. Amaitzeko, telebista aisiazko eta aisiarako artefaktu bezala aurkeztu dugu hipotesi esplikatiboan, eta haren izaera eta bizipena belaunaldien arteko elkarrekintzan etengabe eraikitzen eta berreraikitzen dela proposatu dugu.

CONCLUSIONS, LIMITATIONS AND NEXT STEPS.

CONTENTS
1. CONTRIBUTIONS FROM LEISURE STUDIES AND AUDIENCE RESEARCH
2. THE CASE STUDY AS A METHODOLOGICAL APPROACH
3. TELEVISION AS AN INTERGENERATIONAL LEISURE ARTEFACT
4. VERIFICATION OF THE HYPOTHESES
5. LIMITATIONS OF THE STUDY, OPENING AREAS AND NEXT STEPS

As reflexive researchers we must act to decentre the leisure academy and respond to the challenges and critiques being articulated by Indigenous scholars so that we may begin to create knowledge centred on Indigenous epistemologies and ontologies. Academic decolonization is a necessity and a responsibility. It must be based on dialogues, entanglements and conversations -characterized by respect, reciprocity, equality, collectivity and empathy- between Indigenous minorities, Indigenous researchers and their non-Indigenous counterparts.

Annette Pritchard. Listening to Leisure Voices: Getting Engaged in Dialogues, Conversations and Entanglements.

In this final chapter we will summarize our conclusions arranged in five sections. The first three sections offer an annotated synthesis to the findings of the three parts of the study. Section one, contributions from Leisure Studies and Audience Research, gathers the theoretical and conceptual contributions of both fields, based on the review of the first three chapters.

Section two, the case study as a methodological approach deals with the epistemological and empirical issues discussed in the fourth and fifth chapters. The explanatory-interpretative model described in sixth chapter is then discussed and a leisure ontology of television proposed in television as an intergenerational leisure artefact in section three. Next, the working hypotheses are contrasted in order to validate or refute the thesis's points of departure in section four. Lastly, section five identifies the limitations of the study and discusses the opening areas and next steps.

1. CONTRIBUTIONS FROM LEISURE STUDIES AND AUDIENCE RESEARCH

One of the specific objectives of this thesis is to cross-fertilise the fields of Leisure Studies and Audience Research combining their contributions to the exploration of a television in transition in an evolving media ecosystem. To that end, each of the chapters of the first part is linked with an individual sub-objective and deals with a particular approach to the triad formed by leisure, television and audiences⁵³⁶.

Leisure's polysemy has been historically and socially tracked down in chapter one to provide a context to its development. Historical evolution shows that leisure has been a reality for all human cultures and societies, but that its definitions have been many, and rarely definitive. The review of classic and contemporary conceptions of leisure from different linguistic and disciplinary traditions, starting with classical Greek *skholē* and Roman *otium* and continuing to modern English, Spanish and Basque sources, reveals its multiple and conflicting meanings.

Disputes and controversies arising from the study of leisure from very different perspectives reflect the problematic definition of leisure, and its changing status as a social phenomenon. The question of leisure is shown as a constant scientific and philosophical concern in history, and the contributions to the study of leisure are numerous and important. Yet, the necessity of placing leisure as the explicit object of enquiry is highlighted in order to keep up with the challenges arising from its increasing social and economic importance. Following the examination of the interdisciplinary status of Leisure Studies and the most salient contributions made from disciplines such as sociology, psychology, pedagogy, law, policy, economy, aesthetics, it is concluded that the media and leisure binomial must be further explored and strengthened in order to advance in the understanding of leisure in contemporary societies.

Taking into consideration that the methodological and epistemological approaches determine the status of the research object, three interdisciplinary strategies of studying leisure are then discussed: the practice of leisure, the leisure experience and the right to leisure. Leisure as practice focuses on the objective aspect of leisure, on the times and spaces dedicated to its materialisation and to the resources available for the activity itself. Leisure as experience deals with the subjective dimension of leisure as an integral, whole and complex realm of human experience strongly linked to choice

⁵³⁶ See "Scope, object and objectives of the study" in the Introduction for a full account of the main and specific objectives and their sub-objectives.

and freedom. Leisure as a human right approaches leisure as a sphere of human development with specific benefits to the quality of life to be protected and promoted by law and policy making.

The humanist leisure perspective provides an integrative perspective of these three strategies, highlighting the personal and social values of experience, freedom, gratuity, dignity, understanding, meaningfulness, solidarity, cooperation, respect, sustainability, inclusion, equal opportunities and active participation. An ethic, responsible, critical, creative and solidary leisure is proposed as an ideal, in opposition to a leisure directed to mere evasion, excess, waste, comfort and egoism. The coordinates of humanist leisure (Autotelic, Exotelic, Absent, and Harmful leisure) are then discussed as distinct areas of leisure's manifestation and as constitutive elements of everyday leisure. The different dimensions of leisure associated to the four coordinates offer helpful conceptual resources to analyse, understand and plan the complex and global realities where leisure is presented. Lastly, an account of different leisure typologies is presented based on three dichotomic axes: active/passive, casual/substantial and daily/exceptional.

Chapter one's main contribution is found in the proposal of a three vertices model approach to televisual leisure. The Basque terms of *astia* (free or spare time), *aldia* (duration or time of the activity) and *aisia* (leisure and leisure experience) are articulated in a model that adapts the notions previously discussed in a model for the study of televisual leisure. The *Astia-Aldia-Aisia* model stresses the need to explore the qualitative temporalities of watching television in everyday life and combining the examination of personal experience and the observation of the objective activity. The exploration of these three mutually related concepts allows incorporating objective and subjective elements to an integral approach to televisual leisure from a humanist leisure perspective.

Chapter two, television in the media ecosystem, situates television in relation to other media and new media practices in the context of a multi-faceted multimedia convergence. Television, immersed as it is in global technological, industrial and social transformations, finds its position subjected to shifts and motions that challenge its traditional centrality. Space is employed as an illustrative metaphor to explore the ever changing relations between different media and the images of media space and media landscape are proposed to rethink the location of television in the broader communication system.

Media convergence is undoubtedly a major force driving the changes in the communication system, and can be argued to have given way to a new communicative paradigm, but it is not a completely new phenomenon. Far from it, cases of technological and industrial media convergence can be found in the evolution of cinema, radio, television, press and the internet that show that media have very rarely been isolated entities, unrelated to the apparition and evolution of new forms of storytelling and media production. The technological development of each medium opens new areas of opportunity for its audiences that inevitably spill over to other media as they intend to ignore, resist, confront, adapt and overcome the latest transformations and trends. Technology is thus a transforming actor of the media space, but it is the audiences themselves who continuously reconfigure the media landscape by engaging and disengaging with new circulations of meanings and pleasures in their everyday leisure through their relationship with media.

The concept of media ecosystem captures the sense of complexity and interconnectivity associated to a dynamic network of interactions between audiences and media where different agents have the ability to (re)create, (re)interpret and (re)circulate content. The technical empowerment of those previously known as audiences or viewers opens the possibility for a televisual ecosystem where power and responsibility are distributed and the production, distribution and reception of the contents is no more uncomplicated and univocal, but diverse and networked. If the technological and industrial transformations can shift the relative positions of the agents of media space and the subjects' perceptions and meaning-construction processes are what determine media landscape, the notion of media ecosystem stresses the relevance of participation, interest and engagement of the audiences as more important factors than platforms themselves.

Technological determinism must be rejected, because true changes only occur when technology becomes a social practice, and it does so only when it becomes relevant in the societal terms. Referring to leisure, the dexterity, knowledge, involvement, perception and the experience are more important than technical advancement itself. Therefore, it is fundamental to explore the attitudes and habits regarding technological-industrial changes to understand their meaning. In other words, it becomes necessary to study what audiences think, feel and do in a media ecosystem to understand what television is, and may become as a result of the media convergence.

Contemporary television, as an electronic device, social practice and leisure resource is at a crossroads. It is still central in terms of the amount of time and attention that are

devoted to it, but its position and status in the media ecosystem are changing, and so are the ways of understanding and experiencing it. The technical possibility of watching the content chosen by oneself has potentially transformed its nature of a receiver of distant broadcasts to a screen and mirror of the viewers' interests and priorities, adjacent and connected to other communication technologies. Screens have multiplied and mushroomed in all variety of sizes and capabilities, but even so television is still recognised as a reality. Watching television amounts to a popular leisure practice, but its boundaries become more and more problematic.

To study what television is today requires overcoming the unidirectional conception of watching and to incorporate different understandings, uses and definitions to it. From a Leisure Studies perspective, it requires acknowledging that more than the reception of images and sounds in front of the screen, watching television is a leisure practice that accumulates multiple meanings. To that end, it is inescapable to turn our gaze to the protagonists of the televisual leisure experience: the audiences.

In chapter three, television and Audience Research, contributions from Audience Research are examined and articulated in order to update the definitions of audience and audiencehood beyond the measurement of the exposition to the medium and adapt them to the study of televisual leisure. In the same manner that text no longer resembles previous definitions that predate multimedia era viewers, listeners, readers, users and consumers of media can not be thought of and studied in the same way as they were. It is argued that as any text needs its audience and that any audience needs a text in order to be able to function as such, audiences and texts must be reconceptualised in a digital media ecology.

A broader conception of audience is proposed that no longer requires an immediacy between text and reader and takes into account the whole range of leisure relations that happen in everyday experience and recognises the diversity of meanings of televisual leisure. Audimetry, while essential for the statistical estimation of great numbers of television viewers (and their usage in the market, policy making and so on), is problematic from the point of view of Leisure Studies as is inevitably tied to exposure to the medium and stranded in the quantitative measurement of the relationships with it. Publics, on the other hand, also problematise the relationship between the text and its readers, as they are understood to be present (and then, also readable) in the act of reception. While traditionally thought of as unmediated, contemporary publics are simultaneously direct and indirect witnesses of events through the use of increasingly

ubiquitous technologies. It is increasingly difficult to clearly separate publics from audiences.

Audiencehood is composite and plural, not simple and singular; it is usual and daily, not extraordinary. If audimetry deals with exposition and publics with presence, television audience must deal with experience. Studying television audiences is important because of its influence in the temporal structuring of everyday life and in the shaping of experiences and understandings of leisure. Television has arguably transformed the leisure world of everybody since its inception, and despite the spectacular technological developments of the media ecosystem and to the availability of new media choices, watching television remains immensely popular as a leisure activity. It is also revealed as one of the most conciliable leisure practices with other forms of social and media activity. Although its central, unquestioned and univocal position is expiring, it still has ample opportunities as a player in the emerging media ecosystem, as long as it is able to accomodate itself to new positions. A cross fertilisation between Leisure Studies and Audience Research is key to the exploration of these positions.

Audience Research associated to audimetry and exposure metrics shows both significant limitations in contemporary media ecosystems and signs of crisis as the key currency in the market of advertising space. Although it still provides the main reference for advertisers and media alike, its reach is imperfect and problematic, does not attend to significant dimensions of media consumption and stands in a growingly fragile consensus, forced by the lack of real alternatives. Theoretical and methodological contributions from audience ethnography and different traditions of Audience Research are critical for a reformulation of Audience Research that takes into account the experience of the viewers and their constructions of meaning.

Cultural studies propose the notion of a polysemic text, always open to various possible -and always political- interpretations and question the prevailing mediacentric view, articulating semiotics, media ethnography, marxism and poststructuralism to analyse the positions of media in the everyday life of the people. Critical optimism and the assertion of subordinate groups' capacity to appropriate and transform the signs and cultural objects of the dominant classes are taken as key elements of this study's approach. This is directly linked to the questions of activity and pasivity of the viewers explored from reception studies, a question that becomes more and more important in an increasingly complex and transmedia ecosystem characterised by the plurality of agents and the distribution of power and responsibility. A leisure perspective of

Audience Research, it is argued, must recognise and promote audiences' activity, including their search of leisure experiences in everyday life. Domestic leisure and family are next discussed next and it is highlighted that watching television does not occur in a vacuum, but rather in a socially situated context, normally in the family sphere. This has significant repercussions for leisure as a personal (individual and social) experience, as it affects to all three vertices of the Astia-Aldia-Aisia model.

Television (as with other media) can therefore be explored in terms of the circulation of meanings and pleasures, as negotiated discursive processes, and its reception as a socially situated, complex and multi-dimensional process. Generations, in this sense, function as historical, social and cultural frameworks, as subjective variables that may outweigh the objective elements of age: more than common experiences, generations relate to identities based on the conscience of those common experiences. Orality proves to be a fundamental resource for the exploration of the relationships of audiences and generations of audiences with media in general and television in particular.

The examination of the European Audience Research reveals a fragmented, diverse and heterogeneous state of the field and the coexistence of very different traditions and approaches to the global challenges produced by the evolving media ecosystem. Basque Audience Research, in this context, reflects a genuine concern with the issue of minority language and media and the study of the Basque communicative field but, although there are notable exceptions, it is mostly linked to quantitative approaches. Ample opportunities exist for developing new audience epistemologies and combining quantitative and qualitative methodologies to undertake approaches able to cope with the global and local challenges of the audiences in the media ecosystem.

2. THE CASE STUDY AS A METHODOLOGICAL APPROACH

The second part of the study, “Methodological framework and analysis”, is concerned with the second and third specific objectives of the study. It specifically deals with the epistemological and empirical framework of the study and presents a structured conceptual overview of the four age-groups’ discourse, providing the ground for the subsequent theoretical elaboration.

Chapter four, “Methodology and analytical design” aims at providing a qualitative methodological framework for analysing the discourse of participating subjects in relation to their attitudes, emotions and feelings in the use of television in their everyday lives. The general methodological approach of the study is structured around a notion of experience that overcomes the univocal conception of watching television and attempts to capture the account of the everyday leisure relations of different generations with television through the analysis of the discourse of the participants. The study is situated closer to an ideographic or non-generalising logic and closely related to the qualitative analysis of particular experiences of the informants, but elements from nomothetic and quantitative approaches are recognised as valuable to conduct a comparison between the age-groups and the different analytical categories.

Qualitative and quantitative research are conceived not as rival or opposed schools, but as complementary approaches that illuminate distinct aspects of the research object. Combined approximations to the study of televisual leisure are not only possible, but desirable in order to advance in the understanding of media-related leisure in contemporary societies. The case study is discussed as a research strategy in relation to the opportunities and benefits that provides for an in-depth study of the subjective account of the everyday experience of television. It is argued that the case study is a valid, valuable and rewarding mode of scientific enquiry, especially suitable to answer questions related to the how and why of things and contribute to theoretical innovation. It is concluded that the case study is not a replacement for statistical analysis but rather a different strategy that offers its own advantages and strengths and sheds light on dimensions of reality that would otherwise remain in the dark.

Focus groups and in-depth interviews have been chosen as the most apt methodological techniques for capturing the participants’ account of their leisure relations with television. Focus groups are ideal to stimulate discussion and interaction between the informants, and to have access to their individual and collective opinions in their own terms. The technique has proven especially useful to help bring out

agreements and disagreements between the participants and to promote the reflection, negotiation and discussion around the proposed topics. Therefore, it is strongly suited to the exploration of generational belonging and differentiation related to the relationship with television. The in-depth interviews, on the other hand, have allowed the detailed exploration of individual relations with television of critical cases and the informants to have the time to elaborate and articulate the more significant elements of a complex issue. It has also provided the participants with the opportunity to think about and discuss at length about their relationship with television in their everyday life. The written account that has been required from the participants at the end of the sessions has also proven invaluable to anchor their discourse in objective and subjective elements and enable more quantitative analyses.

Computer assisted qualitative data analysis software is extremely helpful to manage, analyse, annotate, recover and visualise relevant data when dealing with huge amounts of information. Such has been the case with the fieldwork of this study, where more than four hundred pages of verbatim transcripts have been produced⁵³⁷. ATLAS.ti has provided a versatile and adaptable work-table that has been used in all the phases of the study, starting with the bibliographical review and following with the transcription of the sessions, the coding, memoing and theory building phases. The ability to search for specific sections of the corpus, code them and relate them semantically to the fields of enquiry has proven tremendously useful in navigating and articulating the participants' account of their experience.

The coding strategies that have been implemented have been detailed and explained, both to document the codification process and to promote a coherent and systematic coding architecture enabling subsequent and dynamic inquiries to the corpus. Five coding strategies (attribute coding, focused coding, structuring coding, in vivo coding and theoretical coding) have been assigned to three reasoning logics: deductive, inductive and abductive. This multiple approach has enabled a methodological and interpretative triangulation of data making way for a structural-comparative description and to the construction of an interpretative-explicative model grounded in the participants' discourse.

Chapter five presents the conceptual case analysis and the structural-comparative description of the corpus in order to identify and compare the key structuring elements of various age-groups' relationship with television and their conception of it. The structural-comparative description is presented around three analytical vertices: in

⁵³⁷ The complete transcriptions are provided in the CD-rom disc accompanying this text.

relation to the practices related to television, in relation to the conceptualisation and experience of spare time and in relation to the experience and understanding of televisual leisure following the proposed integral approach to televisual leisure. This conceptual case analysis is grounded in systematic comparison enabled by the coding of the corpus based on aprioristic categories and presents a “theory driven” or deductive examination of the discourse of the four age groups.

This approach allows describing the participants’ contributions and conceptualisations concerning the object of the study and the comparison between the different age groups, but is also bound to the pre-existing criteria defined by the researcher and to the question and answer dynamics that have taken place during the focus group and in-depth interview sessions. Significant differences have been registered along all three vertices regarding the leisure relationships with television between the age groups. The practices related to television have been compared regarding whether or not television is watched, how much it is watched, where the television sets are located, which are the referential channels, the importance of company while watching television, the specific contents and TV formats, the attention given to television, television as a topic of conversation, zapping as an activity, communication technologies adjacent to television and on-line and pay-per-view TV. Although noteworthy similarities can be found in all groups, Adults 1 and Adults 2 age-groups are related to more similar configurations regarding television as practice, with the Elders, and especially the Youngs’ age-group, drifting apart.

The conceptualisation and experience of spare time has been explored through television’s link with individual and familiar free time, its perceived importance or weight in it, the characterisation of television time in everyday life and the dichotomy between work and holidays. Youngs and Elders have shown a more similar pattern regarding free time that must be filled (usually by television), while the two Adults groups have referred to a more scarce and valued conception of spare time, where television’s worth is more varied and mutable. Finally the experience and understanding of televisual leisure is examined through the conceptualisation of TV, its valuation, the emotions and experiences associated with TV, television’s definition and the ideal forms of television. Very different reports have been collected between the age groups regarding the nature of the television experience in their everyday lives that suggest the existence of different generational changes referring to their leisure relationships with media.

3. TELEVISION AS AN INTERGENERATIONAL LEISURE ARTEFACT

The third part of the thesis describes the the theoretical proposal and introduces a model for the analysis, interpretation and explanation of audiences' leisure that takes television as a framework for leisure experiences grounded in the analysed data. The theoretical proposal is developed in chapter six, "Leisure relationships with television of four age-groups: an interpretative explicative model".

If the deductive overview displayed in chapter five offers a comparative description of the leisure relationships with television of the four age groups, chapter six combines the inductive and abductive logics to offer a "data driven" interpretation of the observed cases and propose an explanatory hypothesis. This is achieved by the characterisation and categorisation of the participants' discourse throughout four different moments.

First, a characterisation of the observed features of televisual leisure coordinates is provided. The quantitative and qualitative manifestations of autotelic leisure, exotelic leisure, absent leisure and harmful leisure are examined and commented, in order to assess television in terms of humanist leisure. Cross checking the informants' oral and written account enables an examination of the different leisure coordinates that television activates and to propose an aggregate characterisation of the leisure directionality of television, with exotelic leisure at its top and harmful leisure at its bottom.

Next, an interpretation of the characteristic leisure relationship of the age groups with television is proposed, starting with a summary of the manifestations of the coordinates of leisure for each age group. This first characterisation reveals the significant differences present between Youngs, Adults 1, Adults 2 and Elders, which are then further explored case by case and illustrated by paradigmatic interventions by the participants. Youngs' relationship with television is characterised as "the need to fill the emptiness" reflecting the prevalence of absent leisure in the account of their experience and the seemingly contradictory relationship between their critical views of television and their alleged dependency on the medium. The Adults 1 age group's televisual leisure is characterised as "the prize at the end of the day" as a consequence of their strong association between watching television and the experiencing of one's own free or spare time, and the markedly positive directionality of their leisure account predominantly linked to exotelic and autotelic leisure. Adults 2 relate to television as a "multipurpose box" which can be adapted to the needs and desires of the moment and

place, supplying relax, rest, entertainment, information or company when it is required. Their strong affiliation to exotelic leisure suggests an utilitarian, pragmatic understanding of television as an everyday life leisure resource. Finally the Elders take television as a “window opened to the world” and relate to it with a sense of wonder and amazement that can not be found in the other age-groups. They explicitly display admiration and gratitude for it, and admit that their world would be much poorer, much duller, without television. It is also the only group that shows the autotelic leisure as the prevailing leisure coordinate.

Despite the obvious differences between age groups and their inner consistency in terms of the general characteristics of televisual leisure, the concept of generations is examined twofold: from an emic or insider perspective and from the etic or outsider perspective. It is concluded that the characteristics that an age group projects into “other generations” are often and at the same time projected towards it by members of other age groups, and that while age groups can be clearly distinguished, generations tend to mix and superimpose, allowing even multiple memberships to more than one generations. Therefore, generations emerge as relative constructs in constant revision, built and negotiated according to subjective criteria, far from being isolated and airtight categories, generations are reported to be in constant interaction and contact in everyday life. Participants watch television with members of other generations than their own, learn and dispute with each other, they move away and come closer in their leisure relationships with a television in transition. It is concluded that generations mediate the televisual experience and leisure relationships with television.

In order to provide a global interpretative framework of the case study, the second cycle coding process is explained and the explicative-interpretative model is introduced. The model collects twelve interpretative categories: “Free time or the time of one’s own”, “television for and against free time”, “televisual time, from entertainment to waste of time”, “television as a factor and result of its times”, “the physical presence of television”, “the television contents”, “television and company”, “the attention dedicated to television”, “control over the content”, “television’s reality today”, “experiencing television”, “uses and risks of television” and “the opportunities of television”.

Lastly, explanation of the significance of generations framing the leisure relationships with television is advanced as an explanatory hypothesis of television’s leisure ontology. Television is presented as an intergenerational leisure artefact whose significance is constantly created and recreated in relation to a complex and dynamic

media ecosystem. Generations provide revisable identity frameworks where one can build and imagine her and himself and others in front of the television, and doing so give form to television as a leisure artefact.

4. VERIFICATION OF THE HYPOTHESES

Hypotheses are indicators of what we are looking for or trying to prove, and can be defined as tentative explanations of the researched phenomenon. At the start of this study we have outlined the hypotheses as working propositions, as theoretical and epistemological propositions that enabled the proposed approach to the object of study. Having outlined the main conclusions of the study it is time to ascertain their validity in light of the process and results obtained.

- a. *Different people establish and develop different relationships with TV. Television viewers show different skills, goals, strategies and usages of TV, and they result in different experiences, including those of leisure.* The 73 participants in the study have shown very different interests, opinions and ideas regarding television, and have referred to various strategies, goals, uses and habits related to television. Their account of televisual leisure experiences have also been strongly idiosyncratic. The hypothesis is valid, although there is not enough data to elaborate on the relationship between the difference in skill and the experiential outcome.
- b. *Both media and the way audiences engage with media are changing profoundly. Different generations have had different contacts with media during their lifetime that result in distinct developments in expertise and interests, and therefore to different ways of engaging with media, that may be perceived as constituent and characteristic of generations.* Changes occurring in media constitute constant references for generational characterisation and differentiation. The moment of insertion of a new media in one's life (early years, adulthood, retirement) is employed as a biographical and generational marker, and has a lasting effect on the relationship with television. Expertise is mentioned especially regarding younger generations and new digital technologies. The hypothesis is valid.
- c. *The skills, goals, strategies and habits related to TV consumption are different between age-groups, due to the differences in expertise with information and communication technologies, media literacy levels and personal and social agendas. Still, age alone can not explain on its own the existing differences in the*

leisure relationships with television. Age cohorts present significant differences in terms of leisure relationships with television, but where generational belonging is stronger, the subjective position is a better indicator of the relationship with television. The hypothesis is valid, although more research is needed in terms of skills.

- d. *Leisure relationships with television are complex and varied and are not exhausted by quantitative audience measurements, nor determined by the broadcast content alone. The univocity of "watching television" is deceiving, as it hides different motivations, uses, gratifications and meanings that audiences encounter and build in a practice inserted in everyday customs, styles and leisure repertoires.* The same television content is referred to by different participants that engage in significantly different manners with it. The same can be said about the activity of watching television, which can be related to as anything from a waste of time to the best moment of the week, an opportunity to bring the family together or a chance not to engage in conversation. The hypothesis is valid.
- e. *Televisual leisure experiences do not necessarily start when switching on the TV set nor end when it is switched off. The relations with television are more overarching than exposure.* Talking and chatting about television, both during, after and before the show is universal, and has adapted quickly to digital social networks. The hypothesis is valid.
- f. *The experience of the subject of televisual leisure can only be known through her/his own account. The systematic analysis of the informants' discourse can provide an insight into the lived world of individuals and collectives and an exploration of leisure as a subjective phenomenon.* Although non-linguistic, more creative methods remain to be tried, getting people to talk and discuss about television in their everyday life has proven to be extremely fruitful in order to access the subjective aspects of their relationship with TV. The hypothesis is valid.
- g. *A language-based approach (through focus groups and in-depth interviews) can provide a better understanding of what television is for the informants and what places it has in their everyday life. An analysis of the participants' discourse allows the exploration of the terms employed and the way they are articulated in their own words and dialect, enabling an examination of the subjects' experience according to their own coordinates.* Working on the verbatim transcript of the interviews and focus groups and employing the native terms in order to construct theory permits a closer contact with the participants' lived world, and stimulates theoretical innovation. The hypothesis is valid.

5. LIMITATIONS OF THE STUDY, OPENING AREAS AND NEXT STEPS

Although time and money are always an issue in any research project, the true limitations of this study have more to do with the author's limited synthesis capability, the complexity of televisual leisure relations as a research object and the richness and depth of the information provided by the participants.

Having reached the end of the thesis and explored the research questions through the six different and distinctive chapters that compose it, the conviction that only a few of the possible aspects have been examined is unavoidable. Building theory from the native terms found in the participants' discourse and bringing notions from Leisure Studies to Audience Research and vice versa opens so many opportunities for research, brings forth so many new questions that any actual result dwarfs before the possibilities.

Regarding the methodology employed, using the same semi-structured script in the fieldwork has proven useful to deal with the tension between the deductive logic of the researcher and the inductive impulse of the participants. But it has also allowed a certain level of autonomy to the different groups to engage in the topics of their interest⁵³⁸ -which is important- resulting in obvious intergroup asymmetries. Also, working with the Elder group has proven to be more challenging than initially expected, and the written questionnaire should be reformulated in order to make it more accessible.

No minors have been interviewed during this study, which is a huge limitation for a thesis dealing with the generations' leisure relationships with television. Children, as we know, do watch television, talk about television and have opinions about television. If they have been left out it has only been due the legal and procedural complications of getting their tutors' consent to participate and because the items in the semi-structured script were thought to be too complex for the younger ones to answer.

As all the fieldwork has been conducted in Basque, with the exception of one pilot, non-Basque speakers informants have not been included in the study. This is not problematic in itself as no geographic or demographic representativity has been sought in the study, but eliminates the possibility for contrast and comparisons between language communities.

⁵³⁸ As characterised in Chapter six in the comparison between age groups

Gender issues have also been only marginally considered, although much could be said on the differences and similarities between women and men in relation to their televisual leisure. Age have been prioritised before other variables such as gender, sociocultural situation, economic revenue or participation in the community.

All in all, the limitations of this study can be summed up by saying that it is a first step, in the author's opinion, into a fascinating and urgent area of study: that of the media-related leisure. To its credit, it can be said that the area feels more interesting, not less, than when the thesis was started. That said, a first step is important only in so far as it is followed by more research.

Regarding next steps, I would like to point towards three opening areas. The first area is that of subsequent analysis of the corpus. Although an interpretative-explicative model of the studied cases have been provided in this thesis, the coding architecture developed and the richness of the data allow different approaches to it, which would benefit from the proposed interpretative framework of televisual leisure relationships. An analysis of the televisual leisure relationships of women and men or of socio-economic differences could be undertaken, for instance.

The second area involves conducting new field work, involving techniques such as the ones used in this study and other methodologies. The study of media-related leisure could profit from interdisciplinary and multimethodological approaches: the combination of quantitative, generalising techniques with qualitative language-based techniques, and even creative methodologies involving building, drawing, filming and writing... This would be especially interesting in order to work with children and elder people.

The last area would be that of interdisciplinary discussion. Leisure Studies need to be fertilised by other disciplines, and it needs to fertilise other disciplines as well. This thesis represents a modest attempt to bridge the gap between two areas of enquiry: Leisure Studies and Audience Research, but I think it is enough to prove that the dialogue is not only possible and necessary, but that it works, once it has started. Theory must be contrasted, discussed and rethought in order to help us to understand reality. Categories should be re-examined in the light of disciplines other than our own, concepts appropriated, techniques experimented and notions re-evaluated in order to respond to the challenges we face. If this thesis can in any way help to promote that dialogue, it will have served its purpose.

BIBLIOGRAFIA.

- Abellán, J., & Fourneau, F. (1998). *El paisaje mediterráneo*. Granada: Universidad de Granada y Junta de Andalucía.
- Abruzzese, A., Miconi, A., & Linares, P. (2004). *Zapping: Sociología de la experiencia televisiva*. Madrid: Cátedra.
- Adorno, T. (1951). *Minima moralia* (D. Redmond Trans.). www.marxists.org.
- Adorno, T. (1991). Free time. In J. Bernstein (Ed.), *The culture industry: Selected essays on mass culture*. London: Routledge.
- Agerre, P. (1643). *Gero*. Bourdeaux: G. Milanges.
- Aguilar Gutierrez, E., & Rubio Florido, I. (Eds.). (2006). *OcioGune 2006: El ocio en las disciplinas y áreas de conocimiento*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Aiestaran, A. (2007). Debabarreneko euskarazko komunikazio sistema. *Uztaro*, 62, 81-97.
- Aiestaran, A., Amezaga, J., Arana, E., Arana, G., Aranzabal, J., Arregi, A., Zuberogoitia, A. (2009). Glosategia komunikazioaren gainean. <http://komunikazioglosategia.pbworks.com> –etik hartua 2011/01/12an.
- Aisiazko Ikaskuntzen Institutua. (2011). Aisia humanistaren aldeko adierazpena. aisia berezko balioa duen esperientzia gisa. http://www.ingenieria.deusto.es/servle/t/Satellite/Page/1208347100760/_eusk/%231118058571810%231118058571815%231208347100760/UniversidadDeusto/Page/PaginaCollTemplate –etik hartua 2011/09/14an.
- Aliaga, C. (2006). *How is the time of women and men distributed in europe?* (No. KS-NK-06-004-EN-N). Luxembourg: European Communities.
- Allon, F. (2004). An ontology of everyday control. In N. Couldry, & A. McCarthy (Eds.), *Mediaspace: Place, scale and culture in a media age* (253-274 orr.). London: Routledge.
- Almeida, A. N. d., & Delicado, A. (2008). *Crianças e internet: Usos e representações, a família e a escola*. Lisboa: Fundação Gulbenkian.
- Alonso, J., Martinez, T. C., & Aguirre, J. (2001). *Nikomakorentzako etika*. Klasikoak.
- Althusser, L. (1971). Ideology and ideological state apparatuses. *Lenin and philosophy and other essays* (B. Brewster Trans.). (pp. 127-186). New York & London: Monthly Review Press.
- Altuna, P. (1980). *Lingua vasconum primitiae: Edizio kritikoa*. Bilbao: Euskaltzaindia & Ediciones Mensajero.
- Amezaga Albizu, J., & Arana Arrieta, E. (2000). Euskal herriaren irudia prentsan eta telebistan. In J. I. Basterretxea Polo (Ed.), *Hedabideak eta euskal herria* (103-153 orr.). Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea.
- Amezaga Albizu, J., Arana Arrieta, E., Azpillaga Goenaga, P., Basterretxea Polo, J. I., Iturriotz Lauzirika, A., Miguel de Bustos, Juan Carlos, Ricaud, P. (2000). *Hedabideak eta euskal herria*. Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea.
- Amezaga, J., Arana, E., Iturriotz, A., & Martín, R. (1997). Iritzi publikoa, iritzi publikatua eta publikoaren iritzia - hedabideen eragina euskal politikagintzan. *Uztaro*, 22, 41-57.
- Amilhat Szary, A., Louargant, S., Koop, K., Saez, G., Landabidea Urresti, X., Ortega Nuere, C., Cuenca Cabeza, M. (2010). *Artists' moving and learning. A comparative study in artistic mobility*. (Comparative Study No. (143380-LLP-2008-BE-KA1-KA1SCR (2008-3601)). Brussels: ENCATC. (Artistic mobility, lifelong learning)
- Anagnostopoulos, G. (2009). *A companion to Aristotle*. Wiley-Blackwell.
- Ang, I. (2006). *Desperately seeking the audience* (Ebook edition ed.). London and New York: Routledge.
- Apraiz, A., & Iribar, F. (Eds.). (2003). *Experiencias y técnicas en la gestión del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Arana Arrieta, E. (2000). Medioen hedadura eta hartzaileen izaera hego euskal herrian. In J. I. Basterretxea Polo (Ed.), *Hedabideak eta euskal herria* (19-40 orr.). Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea.

- Arana, E. (2008). Telebista ikusten duten emakumezkoek. *Zer. Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 5, 2011/12/06-349-350.
- Aranzabal, J. (1992). Herri-aldizkari baten taxuketa. *Jakin*, 62, 67-81.
- Aristegui Fradua, I. (2012). El valor del trabajo. In J. Leonardo (Ed.), *El cambio de valores en los inicios del siglo XXI en euskadi y en navarra*. (163-189 orr.). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Aristegui Fradua, I., & Silvestre Cabrera, M. (2012). El ocio como valor en la sociedad actual. [Leisure as a value in today's society] *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188 (754), 283.
- Aristóteles. (2007). *Los meteorológicos*. Madrid: Alianza.
- Aristotle. (1912). *Politics: A treatise on government* (W. Ellis Trans.). New York: JM Dent & Sons Ltd. <http://www.gutenberg.org/files/6762/6762-h/6762-h.htm> -etik hartua.
- Aroldi, P., & Colombo, F. (2007). Generational belonging and mediascape in europe. *Journal of Social Science Education*, 6 (1), 34-44.
- Askoren artean. (2000). In Tolson A. (Ed.), *Television talk shows: Discourse, performance, spectacle*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Askoren artean. (2001). In Livingstone S., Bovill M. (Eds.), *Children and their changing media environment: A european comparative study*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Askoren artean. (2011, 2011/10/04). # Sareko oihartzuna. *Berria*, 3. or.
- Bachelard, G., & Jolas, M. (1994). *The poetics of space* Beacon Press.
- Bailey, M. (2007). Broadcasting and the problem of enforced leisure during the 1930s. *Leisure Studies*, 26 (4), 463.
- Bakunin, M. A., & Dolgoff, S. (1980). *Bakunin on anarchism*. Black Rose Books.
- Balsdon, J. P. V. D. (1969). *Life and leisure in ancient rome*. New York: McGraw Hill.
- Barnard, S. (2000). *Studying radio*. London: Arnold.
- Barthes, R. (1975). *The pleasure of the text*. New York: Hill & Wang.
- Basterretxea Polo, J. I. (1998). Komunikazioaren ikaskuntzarako metodologia. liburu aipamena. *Uztaro*, 24, 103-104.
- Basterretxea Polo, J. I. (2000). Lurraldetasuna: Euskal herriaren forma-aniztasun mediatikoa. In J. I. Basterretxea Polo (Ed.), *Hedabideak eta euskal herria* (155-197 orr.). Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea.
- Bechtel, R., Achelpohl, C., & Akers, R. (1972). Correlates between observed behaviour and questionnaire responses on television viewing. In E. A. Rubinstein (Ed.), *Television and social behaviour, 4: Television in day to day life*. Washington D.C.: Government Printing Office.
- Bell, D. (1973). *The coming of post-industrial society: A venture in social forecasting* Basic Books.
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks*. New Haven: Yale University Press.
- Bennett, A. (2005). Popular music and leisure. *Leisure Studies*, 24(4), 333.
- Berger, J. (1972). *Ways of seeing*. Harmondsworth: Penguin.
- Bignell, J. (2008). *An introduction to television studies* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Bilandzic, H., Carpentier, N., Patriarche, G., Ponte, C., Schröder, K., & Zeller, F. (2011). Audience Research in europe A.D. 2000. A historical crossroads of diversity. roads taken and not taken. In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schröder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of european Audience Research; research report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies* (182-187 orr.). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Biltereyst, D. (1991). Resisting american hegemony: A comparative analysis of reception of domestic and US fiction. *European Journal of Communication*, 6, 469-497.

- Blatter, J. K. (2008). Case study. In L. M. Given (Ed.), *The sage encyclopedia of qualitative research methods: Volumes 1 and 2* [null] (68-71 orr.). Thousand Oaks eta London: Sage.
- Blumer, H. (1930). Review of Lundberg's social research. *American Journal of Sociology*, (35), 1101-11.
- Blumler, J. (2001). Foreword. In S. Livingstone, & M. Bovill (Eds.), *Children and their changing media environment: A european comparative study* (xi. or.). Mahwah, New Jersey & London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bødker, S., & Bechmann Petersen, A. (2007). Seeds of cross-media production. *Computer Supported Cooperative Work*, 16, 539-566.
- Booz, A. (1989). *The media landscape: The next five years, resource report* American Newspaper Publishers Assotiation.
- Boswijk, A., Thijssen, T., & Peelen, E. (2006). A new perspective on the experience economy. *European Centre for the Experience Economy*,
- Boswijk, A., Thijssen, T., & Peelen, E. (2007). *The experience economy: A new perspective* Pearson Prentice Hall.
- Bourdaa, M. (2011). 20 years of theories of television audiences in france. In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schrøder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of european Audience Research; research report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies* (pp. 67-69). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Bratich, J. (2008). Activating the multitude: Audience power and cultural studies. In P. Goldstein, & J. L. Machor (Eds.), *New directions in american reception study* (33-55 orr.). New York: Oxford University Press.
- Brea, U. (2011, 2011-04-03). Denek onartutako datu distorsionatuak. *Argia*.
- Breindl, Y., & Francq, P. (2008). Can web 2.0 applications save e-democracy? A study of how new internet applications may enhance citizen participation in the political process online. *International Journal of Electronic Democracy*, 1(1), 14-31.
- Brunsdon, C. (1998). What is the television of television studies? In C. Geraghty, & D. Lusted (Eds.), *The television studies book* (95-113 orr.). London: Arnold.
- Buckingham, D., & Willett, R. (2009). *Video cultures: Media technology and everyday creativity*. New York: Palgrave Macmillan.
- Bull, C., Hoose, J., & Weed, M. (2003). *An introduction to Leisure Studies*. Harlow: Pearson Education.
- Bunkšše, E. V. (1990). Saint-exupéry's geography lesson: Art and science in the creation and cultivation of landscape values. *Annals of the Association of*, 80(1), 96-108.
- Byrne, A., & Aslama, M. (2012). *Digital living!* Unpublished manuscript.
- Cáceres, M. D. (2001). Operación triunfo o el restablecimiento del orden social. *Zer*, 11, 2011/11/24.
- Cairncross, F. (2001). *The death of distance 2.0: How the communications revolution will change our lives*. London: Orion Business.
- Caldwell, J. (2004). Convergence television: Aggregating form and repurposing content in the culture of conglomeration. In L. Spigel, & J. Olsson (Eds.), *Television after TV* (41-74 orr.). Durham & London: Duke University Press.
- Callejo, J. (1995). *La audiencia activa. el consumo televisivo: Discursos y estrategias*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Callejo, J. (2001). *Investigar las audiencias: Un análisis cualitativo*. Barcelona: Paidós.
- Calvo, S. (2011). *Lo straniero nello spazio pubblico svizzero : Dibattiti sulle procedure di naturalizzazione nelle diverse collettività linguistiche (1983-2008)*. (PhD, Università della Svizzera italiana.).
- Campion, B. (2009). Effet d'un récit non linéaire sur la construction d'un modèle mental de situation. In I. Saleh, S. Leleu-Merviel, Y. Jeanneret, L. Massou & L.

- Bouhai (Eds.), *Rétrospective et perspective: 1989-2009. actes de H2PTM'09* (87-100 orr.). Paris: Hermes Science.
- Cardon, D., Licoppe, C., & Pasquier, D. (2011). Research on audiences in France. In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schrøder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of European Audience Research; research report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies* (69- 72 orr.). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Cardoso, G. (2008). From mass to network communication: Communicational models and the informational society. *Informational Journal of Communication*, 2, 2011/12/15.
- Cardoso, G., Lima, T., & Vieira, J. (2011). Audience's paradigms and their new paths (from mainstream to 'Piracy'). In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schrøder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of European Audience Research; research report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies* (pp. 113-117). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Carpentier, N. (2004). The identity of the television audience. towards the articulation of the audience as a discursive field. In N. Carpentier, C. Pauwels & O. Van Oost (Eds.), *Het on(be)grijpbare publiek. een communicatiewetenschappelijke verkenning van het publiek.* (95-122 orr.). Bruxelles: VUBPress.
- Casasempere, A. (2012). *Curso introductorio de análisis de datos con atlas.ti: Proyecto de investigación con ATLAS.ti*. Bilbao: Cualsoft.
- Castells, M. (2001). *The internet galaxy: Reflections on the internet, business and society*. Oxford: Oxford University Press.
- Chamberlain, D. (2011). Media interfaces, networked media spaces, and the mass customization of everyday space. In M. Kackman, M. Binfield, M. T. Payne, A. Perlman & B. Sebok (Eds.), *Flow TV: Television in the age of convergence*. (13-29 orr.). New York: Routledge.
- Chuska, J. (2000). *Aristotle's best regime: A reading of Aristotle's politics, VII. 1-10*. University Press of America.
- Clark, L. S. (2009). Theories: Mediatization and media ecology. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization. concept, changes, consequences*. (85-100 orr.). New York: Peter Lang.
- Cola, M. (2011). Audience Research in Switzerland. In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schrøder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of European Audience Research; research report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies* (159-164 orr.). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Collett, P., & Lamb, R. (1986). *Watching people watching television*. London: Report to the Independent Broadcasting Authority.
- Collins: English dictionary. (2011). <http://www.collinslanguage.com/results.aspx?context=3&reversed=False&action=define&homonym=-1&text=leisure-etik>
- Colomer, T. (2004). XX. mendeko abenturak. *Behinola*, 10, 15-26.
- Corsten, M. (1999). The time of generations. *Time and Society*, 8, 249-272.
- Cosgrove, D. (1985). Prospect, perspective and the evolution of the landscape idea. *Transactions of the Institute of British Geographers, New Series*, 10(1), 45-62.
- Cosgrove, D., & Daniels, S. (1988). Introduction. In D. Cosgrove, & S. Daniels (Eds.), *The iconography of landscape* (1-10 orr.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Costa, J. P. d. (2002). *Telenovela: Um modo de produção*. Lisboa: Edições Universitária Lusófonas.

- Coste Cerdan, N., & Le Diberder, A. (1990). *Romper las cadenas. una introducción a la post-televisión*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Couldry, N., & McCarthy, A. (2004). *MediaSpace: Place, scale, and culture in a media age*. Routledge.
- Coward, R., & Ellis, J. (1977). *Language and materialism: Developments in semiology and the theory of the subject*. London: Routledge.
- Csikszentmihalyi, M. (1991). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper Perennial.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. Harper Perennial.
- Csikszentmihalyi, M., & Csikszentmihalyi, I. S. (1992). *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M., Cuenca Cabeza, M., Buarque, C., & Trigo, V. (2001). *Ocio y desarrollo: Potencialidades del ocio para el desarrollo humano*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Amigo, J. (2010). *El valor de la experiencia de ocio en la modernidad tardía: Génesis y condiciones de posibilidad* (Unpublished PhD). Deustuko Unibertsitatea, Bilbao.
- Cuenca Amigo, J., & Landabidea Urresti, X. (2010). El ocio mediático y la transformación de la experiencia en walter benjamin: Hacia una comprensión activa del sujeto receptor. *Euskal Soziologia Eta Zientzia Politikoaren Kongresua. VIII Congreso Vasco De Sociología y Ciencia Política Sociedad e Innovación En El Siglo XXI*. Bilbao. , VIII (Gizarte eta Berrikuntza XXI. Mendean VIII.) 33.
- Cuenca Cabeza, M. (1995). *Temas de pedagogía del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (Ed.). (1997). *Legislación y política social sobre ocio y discapacidad*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (Ed.). (1999a). *Ocio y equiparación de oportunidades*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (1999b). *Ocio y formación: Hacia la equiparación de oportunidades mediante la educación del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (2000). *Ocio humanista. dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (2004). *Pedagogía del ocio: Modelos y propuestas*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (2005). *Ocio solidario: La experiencia en grupos de jóvenes y jubilados*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (Ed.). (2006a). *Aproximación multidisciplinar a los Estudios de Ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (2006b). Pedagogía del ocio: Una aproximación global. In M. Cuenca Cabeza (Ed.), *Aproximación multidisciplinar a los Estudios de Ocio* (83. or.). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (2007). Retos actuales de los Estudios de Ocio. In M. J. Monteagudo (Ed.), *El ocio en la investigación actual: Una lectura desde ámbitos, disciplinas, grupos de población y contextos geográficos*. (21. or.). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (2010). Las artes escénicas como experiencia de ocio creativo. In M. Cuenca Cabeza, I. Lazcano & X. Landabidea Urresti (Eds.), *Sobre ocio creativo: Situación actual de las ferias de artes escénicas* (13. or.). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M. (2011). *Aisiaren pedagogia*. Bilbao: Deustuko Unibertsitatea.
- Cuenca Cabeza, M. (2012). *Zer da aisia? 25 erantzun klasiko eta lekukotza bat*. (X. Landabidea Urresti, J. Arieta-Araunabeña Alzaga, S. Muniozguren Ortiz & M. Bilbao Ormaetxea Itzultz.).

- Cuenca Cabeza, M., & Aguilar Gutierrez, E. (Eds.). (2009). *El tiempo del ocio: Transformaciones y riesgos en la sociedad apresurada*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- d'Haenens, L., van Summeren, C., Saeys, F., & Koeman, J. (2004). *Integratie of intentiteit? Mediamenu's van turkse en marokkaanse jongeren*. Amsterdam: Boom.
- Daly, K. M. (2010). How cinema is digital. In G. Einav (Ed.), *Transitioned media: A turning point into the digital realm*. (135-148. orr.). New York: Springer.
- Daniels, H. (1996). *An introduction to Vygotsky*. Routledge.
- Dayan, D. (2000). Télévision, le presque public. *Réseaux*, 100, 427-456.
- de Bruin, J. (2005). *Multicultureel drama: Populair nederlands televisiedrama, jeugd en etniciteit*. Amsterdam: Otto Cramwinckel.
- de Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.
- De Grazia, S., Tangney, R. J., Ashley, J., Born, D., National Educational Television and Radio Center, & Fund, T. C. (1962). *Of time, work, and leisure* The Twentieth Century Fund New York.
- De Jong, A., & Schuilenburg, M. (2006). *Mediapolis: Popular culture and the city*. Rotterdam: 010 Publishers.
- De la Cruz Ayuso, Cristina. (2006). Una lectura ética sobre la incidencia del ocio en nuestra sociedad. In M. Cuenca Cabeza (Ed.), *Aproximación multidisciplinar a los Estudios de Ocio* (59-82. orr.). Bilbao: Universidad de Deusto.
- De Smedt, T., Geeroms, C., Verniers, P., De Theux, P., Tufte, B., Rasmussen, J., Raamat, R. (2006). *An european research project: The appropriation of new media by youth*. Brussels: European Commission. Information Society and Media.
- De Sola Pool, I. (1983). *Technologies of freedom: On free speech in an electronic age*. Harvard: Harvard University Press.
- Dechepare, D. B. (1545). *Linguae vasconum primitiae*. Bourdeaux: François Morpain. <http://armiarma.com/liburu-e/jaitsi?m=kla&f=Bernard%20Etxepare,%20Linguae%20Vasconum%20Primitiae.epub> –etik hartua.
- Deleu, C. (2006). *Les anonymes á la radio. usages, fonctions et portée de leur parole*. Paris & Bruxelles: DeBoeck.
- Denzin, N. (1970). *The research act; A theoretical introduction to sociological methods* [null]. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Deuze, M. (2010). Journalism and convergence culture. In S. Allan (Ed.), *The routledge companion to news and journalism* (267-276. orr.). Oxon & New York: Routledge.
- Deuze, M. (2011). Media life. *Media, Culture & Society*, 33(1), 137-148.
- Dhoest, A. (2004). Negotiating images of the nation: The production of flemish TV drama, 1953-1989. *Media, Culture and Society*, 26(3), 393-408.
- Dhoest, A. (2009). Tv-fictie, etniciteit en culturele intentiteit. de receptie van tv-fictie door vlaamse autochtone en allochtone jongvolwassenen. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 37(1), 15-32.
- Dictionary.com unabridged. (2011). <http://dictionary.reference.com/browse/leisure> -etik hartua 2011/09/11an.
- Diddi, A., & LaRose, R. (2006). Uses and gratifications and the formation of news habits among college students in an internet environment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 193-210.
- DiNucci, D. (1999). Fragmented future. <http://www.cdinucci.com/Darcy2/articles/Print/Printarticle7.html> -tik hartua 2011/10/05ean.
- Dubin, R. (1992). *Central life interests: Creative individualism in a complex world* Transaction Publishers.
- Dumazedier, J. (1950). *Vers une civilisation du loisir?*. Paris: Éditions Du Seuil.
- Dumazedier, J. (1974). *Sociologie empirique du loisir: Critique et contre-critique de la civilisation du loisir*. Editions du Seuil.
- Dumazedier, J., & Maicas, M. P. (1964). *Hacia una civilización del ocio*. Estela.

- Eckstein, H. (1975). Case study and theory in political science. In F. J. Greenstein, & N. W. Polsby (Eds.), *Handbook of political science: Vol. 7* (79-137 orr.). London: Routledge & Kegan Paul.
- Eco, U. (1972). Towards a semiotic enquiry into the television message. *Working Papers in Cultural Studies*, 3
- Eco, U. (1974). ¿El público perjudica a la televisión? *Simposium Internacional De Expertos De La Comunicación. Prix Italia*. Turín. 172-195.
- Eco, U. (1982). ¿El público perjudica a la televisión? In M. de Moragas Spà (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas* (286-303 orr.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Eco, U. (1986). *La estrategia de la ilusión* (E. Oviedo Itzultz.). Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (2009). *Opera aperta: Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee* Bompiani.
- Edginton, C. R., Coles, R. L., & McClelland, M. L. (2003). *Leisure: Basic concepts* American Association for Leisure & Recreation.
- Einav, G. (2010). Introduction: The end of the media as we know it? In G. Einav (Ed.), *Transitioned media. A turning point into the digital realm* (9-38 orr.). New York: Springer.
- Elías Pastor, L. V. (2006). *El turismo del vino: Otra experiencia de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ellis, J. (2000). *Seeing things: Television in the age of uncertainty*. London: I.B. Tauris.
- Ertz, S. (1943). *Anger in the sky: A novel* Harper & brothers.
- Etxeberri, J. (1718). *Eskual herriko gazteriarri*. Sara: Armiarma Klasikoen Gordailua.
- Euskaltzaindia. (2011a). Behar. http://www.euskaltzaindia.net/index.php?option=com_oeh&Itemid=340&lang=eu&sarrera=behar&view=frontpage&xe=1 –etik hartua 2011/05/04an.
- Euskaltzaindia. (2011b). Orotariko euskal hiztegia. http://www.euskaltzaindia.net/index.php?option=com_oeh&view=frontpage&Itemid=340&lang=eu –etik hartua 2011/05/04an.
- Eustat. (2009a). *Batez besteko gizarte-denbora, parte hartzailearen eta tasaren, aisialdi pasiboko jarduera-motaren, asteko egunaren eta lurralde historikoaren arabera (hh:mm)*. 2008. Eustat. http://eu.eustat.es/elementos/ele0000400/iti_Batez_besteko_gizarte-denbora_parte_hartzailearen_eta_tasaren_aisialdi_pasiboko_jarduera-motaren_asteko_egunaren_eta_lurralde_historikoaren_arabera_hhmm_2008/tbl0000458_e.html#axzz1dxcxzpD6 –etik hartua.
- Eustat. (2009b). *Batez besteko gizarte-denbora, parte hartzailearen eta tasaren, jarduera-motaren, asteko egunaren eta lurralde historikoaren arabera (hh:Mm)*. 2008. Eustat. http://www.eustat.es/elementos/ele0000800/tbl0000807_e.html -etik hartua 2011/11/24an
- Eustat. (2009c). Definizioak: Aisia aktiboa: Kirolak eta ordenagailu pertsonalarekin eta internetekin lotutako jarduerak. http://eu.eustat.es/documentos/opt_1/tema_77/elem_3238/definicion.html#axzz1dxcxzpD6 -etik hartua 2011/12/24an.
- Eustat. (2009d). Definizioak: Aisia pasiboa eta zaletasunak. http://eu.eustat.es/documentos/opt_1/tema_77/elem_3239/definicion.html#axzz1dxcxzpD6 -etik hartua 2011/11/27an.
- Eustat. (2011a). *Batez besteko gizarte denbora (oo,mm): aisia pasiboa, eguna, sexua, 2003-2008*. Eustat. <http://eu.eustat.es/bancopx/Dialog/SaveShow.asp#axzz1eWgCFESH> –etik hartua 2011/11/24an.
- Eustat. (2011b). *Euskal AEko familiak, etxeko telebista-ekipamenduen eta lurralde historikoaren arabera (%)*. 2011. Eustat. http://www.eustat.es/elementos/ele0000200/tbl0000249_e.html#axzz1eWcZiACu –etik hartua.
- Eustat. (2011c). *Fitxa metodologikoa: Denbora-aurrekontuen inkesta*. No. 010902 (Euskal Estatistika Plana)). Vitoria-Gasteiz: Euskal Estatistika Erakundea.
- Eysenck, H. (1976). Introduction. In H. J. Eysenck (Ed.), *Case studies in behaviour therapy* (). London: Routledge & Kegan Paul.

- Fastrez, P. (2005). Effect of hypermedia structure on acquired knowledge organization. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia.*, 14(4), 243-374.
- Fastrez, P., Campion, B., & Collard, A. (2009). Le tri de cartes. une méthode d'investigation des catégories mentales au service de l'architecture de l'information. *Document Numérique*, 12(2), 23-45.
- Fedele, M., & García-Muñoz, N. (2010). El consumo adolescente de la ficción seriada. *Vivat Academia*, 111, 48-65.
- Fierro, A. (2000). *Sobre la vida feliz*. Málaga: Aljibe.
- Fiske, J. (1987a). MTV: Post structural post modern. In R. Allen (Ed.), *Channels of discourse: Television and contemporary criticism* (74-79 orr.). Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Fiske, J. (1987b). *Television culture*. London and New York: Routledge.
- Fiske, J., & Hartley, J. (2003). *Reading television. revised edition*. London: Routledge.
- Flyvberg, B. (2004). Five misunderstandings about case-study research. In C. Seale, G. Gobo, J. Gubrium & D. Silverman (Eds.), *Qualitative research practice* (420-434 orr.). London and Thousand Oaks, CA: Sage.
- Fortunati, L. (2005). Mediatization of the net and internetization of the media. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 67(1), 27-44. doi:10.1177/0016549205049177
- Freire, J. (2009). Piel digital. <http://www.soitu.es/soitu/pieldigital.html> -etik hartua 2011/09/30ean.
- Freire, J. (2010). Cultura postdigital y ciudad expandida. <http://nomada.blogs.com/jfreire/2010/11/cultura-postdigital-y-ciudad-expandida.html> -etik hartua.
- Friese, S. (2008). Methodological tips on the use of memos. http://downloads.atlasti.com/library/Friese_2008-12_8.pdf -etik hartua hartua 2013/04/01-ean.
- Friese, S. (2011). ATLAS.ti – the true qualitative tool. http://downloads.atlasti.com/library/friese_nl201108.pdf -etik hartua 2013/04/01-ean.
- Friese, S. (2013). *ATLAS.ti 7: User guide and reference*. Berlin: ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH.
- Gaitán, J. A., & Piñuel, J. L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Garmendia Larrañaga, M. (1998). *¿Por qué ven televisión las mujeres? Televisión y vida cotidiana*. Bilbao: Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Garnham, N. (1972). *The structures of television*. London: British Film Institute.
- Gauntlett, D. (2007). *Creative explorations new approaches to identities and audiences*. London: Routledge.
- Gauntlett, D. (2011). *Making is connecting. the social meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and web 2.0*. Cambridge and Malden: Polity.
- Geraghty, C. (1998). Audiences and "ethnography": Questions of practice. In C. Geraghty, & D. Lusted (Eds.), *Television studies book* (141-157 orr.). London: Arnold.
- Gerber, A., & Mandler, R. (2010). TV for the twenty-first century: The video ad model in transition. In G. Einav (Ed.), *Transitioned media. A turning point into the digital realm* (9-38 orr.). New York: Springer.
- Gerring, J. (2007). *Case study research: Principles and practices*. Cambridge & New York: Cambridge.
- Gillespie, M. (2005). *Media audiences* Open University Press.
- Given, L. M. (Ed.). (2008). *The sage encyclopedia of qualitative research methods: Volumes 1 & 2*. Thousand Oaks & London: SAGE Publications.
- Glaser, B. G. (2001). *The grounded theory perspective: Conceptualization contrasted with description*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glyptis, S. (1983). Leisure and the media. *Proceedings of the Leisure Studies Association Conference*, Loughborough University of Technology. (16)

- Gomm, R., Hammersley, M., & Foster, P. (Eds.). (2000). *Case study method: Key issues, key texts*. London: Sage.
- Goodman, I. R. (1983). Television's role in family interaction: A family systems perspective. *Journal of Family Issues*, 4(2), 402-424.
- Goodwin, P. (1998). Concentration: Does the digital revolution change the basic rules of media economics. In R. Picard (Ed.), *Evolving media markets: Effects of economic and policy changes* (173-189 orr.). Turku: Economic Research Foundation for Mass Communication.
- Grad, F. (2002). The preamble of the constitution of the World Health Organization. *Bulletin of the World Health Organization*, 80(12), 981.
- Grandio, M. d. M. (2009). *Audiencia, fenomeno fan y ficcion televisiva. el caso de Friends*. Madrid: Librosenred.
- Gratton, C., & Taylor, P. (1992). *Economics of leisure services management* Longman in association with Institute of Leisure and Amenity Management.
- Gregory, S. (2006). *BBC Radio 2: The effect of digitalisation, convergence and interactivity*. (Unpublished BAMS Ration Production). School of Media, Art and Design. University of Westminster., University of Westminster. (2MED639)
- Gurney, D. (2011). It's just like a mini-mall. textuality and participatory culture on youtube. In M. Kackman, M. Binfield, M. T. Payne & B. Sebok (Eds.), *Flow TV. television in the age of media convergence*. (30- 45 orr.). New York: Routledge.
- Hall, S. (1980). Encoding-decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language. working papers in cultural studies 1972-79*. (116-127 orr.). London: Taylor and Francis.
- Hall, S. (1986). Introduction. In D. Morley (Ed.), *Family television. cultural power and domestic leisure*. (7-10 orr.). London: Routledge.
- Hammersley, M. (2005). *The dilemma of qualitative method: Herbert blumer and the chicago tradition*. London & New York: Routledge.
- Harluxet. (2011a). Aisia. <http://www.erabili.com/lantresnak/hiztegiak/harluxet-etik-hartua> 2011/04/11an.
- Harluxet. (2011b). Lan. <http://www1.euskadi.net/harluxet/hiztegia1.asp?sarrera=lan-etik-hartua>, 2011/04/11an.
- Harper, D. (2010). Online etymology dictionary. <http://www.etymonline.com/index.php?term=leisure> –etik hartua 2011/04/09an.
- Harris, D. (2005). *Key concepts in Leisure Studies*. London: Sage.
- Harris, H. A. (1972). *Sport in greece and rome (aspects of greek and roman life)*. New York: Cornell University Press.
- Hartley, J. (1987). Invisible fictions: Television audiences, paedocracy, pleasure. *Textual Practice*, 1(2), 121-138.
- Hartley, J. (2008). TV stories - from the 'Bardic function' to the 'Eisteddfod function'. In J. Hartley, & K. McWilliam (Eds.), *Story circle: Digital storytelling around the world*. Oxford: Blackwell.
- Hartley, J. (2009). Uses of YouTube: Digital literacy and the growth of knowledge. In J. Burgess, & J. Green (Eds.), *YouTube*. (3. ed., 126-143 orr.). Cambridge and Maiden: Polity Press.
- Hasebrink, U., & Domeyer, H. (2011). *Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices*. London: Transforming Audiences 3 Conference.
- Haworth, J. T., & Veal, A. J. (Eds.). (2004). *Work and leisure* Routledge. http://books.google.com/books?id=r_fdLC7LsdEC&printsec=frontcover –etik hartua.
- Haworth, J., & Veal, A. (2004). *Work and leisure*. Routledge.
- Hay, J., Grossberg, L., & Wartella, E. (1996). *The audience and its landscape*. Westview Press.
- Haywood, L., Kew, F., Bramham, P., Spink, J., Capenerhurst, J., & Henry, I. (1995). *Understanding leisure*. Stanley Thornes, Cheltenham.

- Heath, S. (1990). Representing television. In P. Mellencamp (Ed.), *Logics of television: Essays in cultural criticism*. (267-302 orr.). BFI and Indiana: Indiana University Press.
- Heeley, J. (1983). The media as leisure. *Leisure and the Media. Proceedings of the Leisure Studies Association Conference 15-17 April 1983*. Loughborough University of Technology. 3.1.
- Henderson, K. (2006). False dichotomies and leisure research. *Leisure Studies*, 25(4), 391.
- Hepp, A. (2010). Researching 'mediatised worlds': Non-mediacentric media and communication research as a challenge. In N. Carpentier, I. Tomanic Trivundza, P. Pruulmann-Vengerfeldt, E. Sundin, T. Olsson, R. Kilborn, B. Cammaerts (Eds.), *Media and communication studies intersections and interventions* (27-36 orr.). Tartu: Tartu University Press.
- Herskovits, M. J. (1954). Some problems in ethnography. In E. F. Spencer (Ed.), *Method and Perspective in Anthropology*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Heyfetz, T. (2005). The multimedia assignment editor and producer. In S. Quinn, & V. F. Filak (Eds.), *Convergent journalism. an introduction*. (21-38 orr.). Burlington & Oxford: Focal Press.
- Hiru.com. (2011). Aisiaren kontzeptua. <http://www.hiru.com/tiempo-libre/concepto-de-ocio-etik-hartua> 2011/04/20an.
- Hobson, D. (1982). *Crossroads: The drama of a soap opera*. London: Methuen.
- Hodge, R., & Tripp, D. (1986). *Children and television: A semiotic approach*. Cambridge: Polity Press.
- Hodkinson, P., & Hodkinson, H. (2001). The strengths and limitations of case study research. *Learning and Skills Development Agency Conference Making an Impact on Policy and Practice*, Cambridge.
- Hoggart, R. (1957). *The uses of literacy*. London: Chatto & Windus.
- Huan, S. (2011). A tradition of media ecology (literature review). <http://civic.mit.edu/blog/huan-sun/a-tradition-of-media-ecology-literature-review-etik-hartua> 2011/10/20an.
- Huesmann, L. R., Eron, L. D., Klein, R., Brice, P., & Fischer, P. (1983). Mitigating the imitation of aggressive behaviors by changing children's attitudes about media violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 899-910.
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio: Nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.
- Inkinen, S. (1998). In Inkinen S. (Ed.), *Mediapolis: Aspects of texts, hypertext and multimedial communication*. New York: Walter de Gruyter.
- Internet World Stats. (2011). Internet usage statistics: The internet big picture. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> -etik hartua 2011/10/14an.
- IP International Marketing Committee (CMI). (2009). Television - international key facts 2009. Retrieved 11/16, 2011, from http://www.international-television.org/tv_market_data/international-tv-key-facts.html
- Iso-Ahola, S. E. (1980). *The social psychology of leisure and recreation* W. C. Brown Co. Publishers.
- Jayapalan, N. (1999). *Aristotle* Atlantic Publishers & Distributors (P) Ltd.
- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33-43.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H., & Deuze, M. (2008). Editorial. convergence culture. *Convergence. the International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 5-12. doi:10.1177/1354856507084415.

- Jensen, K. B. (2012). The qualitative research process. In K. B. Jensen (Ed.), *A handbook of media and communication research* [null] (2. ed., 263-301 orr.). New York: Routledge.
- Jensen, K. B., & Jankowski, N. W. (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.
- Jones, E. H. G. (2008). The changing landscape of minority language media: Television. *Mercator Media Forum*, 10, 57-57-61.
- Juaristi Larrinaga, P. (2005). *Gizarte ikerketarako teknikak: Teoria eta adibideak*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Juaristi Larrinaga, P. (2009). *Maiatzeko artoaren ardura eta bost seme alaba duazkana ez dago musika bila. euskaldunon postmaterialismoari buruzko gogoetak*. Vitoria-Gasteiz: Arabako Foru Aldundia.
- Julien, H. (2008). Content analysis. In L. M. Given (Ed.), *The sage encyclopedia of qualitative research methods* (120-122 orr.). Los Angeles, London, New Delhi & Singapore: Sage.
- Kackman, M., Binfield, M., Payne, M. T., Perlman, A., & Sebok, B. (Eds.). (2011). *Flow TV: Television in the age of media convergence*. New York: Routledge.
- Kantar Media. (2011). La selección de la muestra del panel de audimetría. www.kantarmedia.es/onlw/doc/historic/bolsof2b.htm -etik hartua 2011/11/15ean.
- Kaplan, M. (1960). *Leisure in america: A social inquiry*. Wiley.
- Keith, M. C. (2007). *The radio station: Broadcast, satellite and internet*. (7. ed.). Oxford: Focal Press.
- Kelly, J. R. (1996). *Leisure* (3. ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Kelly-Holmes, H. (1999). Foreword. In H. Kelly-Holmes (Ed.), *European television discourse in transition* (1-7 orr.). Clevedon, Buffalo, Toronto & Sydney: Multilingual Matters Ltd.
- Kennedy, E. T., & Thornton, A. L. (2004). *Leisure, media and visual culture: Representations and contestations*. Eastbourne: Leisure Studies Association.
- Kitzinger, J. (1995). Introducing focus groups. *British Medical Journal*, 311(7000), 299-302.
- Kitzinger, J. (2005). Focus group research: Using group dynamics to explore perceptions, experiences and understandings. In I. Holloway (Ed.), *Qualitative research in health care* (56-70 orr.). Maidenhead: Open University Press.
- Klaus, E., Paus-Hasebrink, I., & Stark, B. (2011). Audience and reception research in austria. In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schröder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of european Audience Research; research report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies* (4-9 orr.). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Knodel, J. (1995). Focus groups as a qualitative method for cross-cultural research in social gerontology. *Journal of Cross-Cultural Gerontology*, (10), 7-20.
- Kortti, J., & Mähönen, T. A. (2009). Reminiscing television: Media ethnography, oral history and Finnish third generation media history. *European Journal of Communication*, 24(1), 49-67.
- Korzybski, A. (1933). A non-aristotelian system and its necessity for rigour in mathematics and physics. [null] *Science and Sanity*, 747-61.
- Kosar, R. (2002). *Histories of leisure* Oxford ; Berg Publishers, 2002.
- Kotilainen, S., Suoninen, A., Walamies, T., & Tuominen, S. (2011). *Children's media barometer 2010: The use of media among 0-8-year-olds in finland*. (Summary No. 978-952-99964-7-6). Helsinki: Finnish Society on Media Education.
- Kotkin, J. (2001). *The new geography: How the digital revolution is reshaping the american landscape* Random House.
- Kriesi, H., Wernli, B., Sciarini, P., & Gianni, M. (1996). *Le clivage linguistique: Problèmes de compréhension entre les communautés linguistiques en Suisse*. Bern: Office fédéral de la statistique.

- Kuhn, T. S. (1996). *The structure of scientific revolutions* University of Chicago Press.
- Lafargue, P. (1999). *Le droit à la paresse* Editions Allia.
- Landabidea Urresti, X. (2009a). Una aproximación espacial a la lectura televisiva. *OcioGune 2009: Los Espacios De Ocio En El Siglo XXI. Luces y Sombras De Una Realidad Inacabada*. Bilbao. 109-120.
- Landabidea Urresti, X. (2009b). En defensa de la investigación (no solo) cualitativa. <http://www.ocioblog.deusto.es/en-defensa-de-la-investigacion-no-solo-cualitativa/-etik/hartua/2011/11/16an>.
- Landabidea Urresti, X. (2009c). *Hacia una aproximación cualitativa a las experiencias televisivas de distintas generaciones*. (Unpublished Diploma of Advanced Studies). Bilbao: Deustuko Unibertsitatea.
- Landabidea Urresti, X., Aristegi Fradua, I., & Madariaga Ortuzar, A. (2012). De la práctica a la experiencia de ocio: Innovaciones necesarias en el estudio de las audiencias televisivas. In C. Ortega Nuere, & San Salvador del Valle Doistua, Roberto (Eds.), *Ocio e innovación para un compromiso social, responsable y sostenible*. (Paper ed., 93-110 orr.). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Lanfant, M. F. (1978). *Sociología del ocio*. Península.
- Lazcano Quintana, I., & Doistua Nebreda, J. (Eds.). (2010). *Espacio y experiencia de ocio: Consolidación, transformación y virtualidad*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Lee, Y., Dattilo, J., & Howard, D. (1994). The complex and dynamic nature of the leisure experience. *Journal of Leisure Research*, 26(3), 195-211.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Oxford: Blackwell.
- Leibniz, G. W., Clarke, S., & Ariew, R. (2000). *Correspondence* Hackett Pub. Co.
- Lejeune, C. (2008). Quand le lézard ´en mêle ethnographie de l´indexation collective de sites internet. *Sciences De La Société*, 75, 101-113.
- Lertxundi, A. (2009). *Eskarmentuaren paperak*. Irun: Alberdania.
- Leslie, E. (2002). Flâneurs in Paris and Berlin. *Histories of leisure* (15. or.). Oxford: Berg Publishers.
- Levine, E. (2008). Distinguishing television: The changing meanings of television liveness. *Media, Culture & Society*, 30(3), 393-409. doi:10.1177/0163443708088794
- Lewis, L. (1991). *The adoring audience: Fan culture and popular media*. London: Routledge.
- Lindberg, D. C. (1981). *Theories of vision from Al-Kindi to Kepler* University of Chicago Press.
- Lindberg, D. C. (2003). *Los inicios de la ciencia occidental: La tradición científica europea en el contexto filosófico, religioso e institucional (desde el 600 a.c. hasta 1450)*. Barcelona: Paidós.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2009). *La pantalla global. cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences: or, what is the Audience Researcher to do in the age of the internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75-86.
- Livingstone, S. (2005). On the relation between audiences and publics. In S. Livingstone (Ed.), *Audiences and publics: When cultural engagement matters for the public sphere*. (17-42 orr.). Brixton & Portland: Intellect.
- Livingstone, S., Witschge, T., Das, R., Hill, A., Kavada, A., Hallett, L., Lunt, P. (2011). Existing and emerging Audience Research in the UK. In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schrøder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of European Audience Research; research report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies* (174-181 orr.). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Livingstone, S. M. (1998). *Making sense of television: The psychology of audience interpretation*. Routledge.

- Livingstone, S. M., & Bovill, M. (2002). *Young people and new media*. Sage.
- Livingstone, S. M., & Lunt, P. K. (1994). *Talk on television: Audience participation and public debate*. Routledge.
- Livingstone, S. (2009a). Foreword: Coming to terms with 'Mediatization'. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization. concept, changes, consequences*. (IX-XI orr.). New York: Peter Lang.
- Livingstone, S. (2009b). On the mediation of everything. *Journal of Communication*, 59(1), 1-18.
- Lobet-Maris, C., & Gallez, S. (2006). Les pratiques numériques des jeunes, catalyseur d'une certaine fracture générationnelle. In N. Burnay, & A. Klein (Eds.), *Figures contemporaines de la transmission*. (87-104 orr.). Namur: Presses universitaires de Namur.
- López Paz, J. F. (2006). Ocio y salud. In M. Cuenca Cabeza (Ed.), *Aproximación multidisciplinar a los Estudios de Ocio* (157. or.). Bilbao: Universidad de Deusto.
- López Vidales, N., González Aldea, P., & Medina de la Viña, Elena. (2011). Gazteak eta telebista 2010n: Ohituren aldaketa. [Jóvenes y televisión en 2010: un cambio de hábitos.] *Zer*, 16(30), 97-113.
- Lord Byron. (1837). *Don juan*. Halifax: Milner and Sowerby. <http://www.gutenberg.org/files/21700/21700-h/21700-h.htm> -etik hartua.
- Lull, J. (1980). The social uses of television. *Human Communication Research*, 6(3), 197-209.
- Lull, J. (1988). Critical response: The audience as nuisance. *Critical Studies in Mass Communication*, 5, 239-243.
- Mace, E. (1992). La télévision du pauvre: La participation du public. *Hermès*, 11-12, 159-175.
- Madariaga Ortuzar, A. (2002). Conclusiones. In M. García Viso, & A. Madariaga Ortuzar (Eds.), *Ocio para todos. reflexiones y experiencias*. (151. or.). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Madariaga Ortuzar, A. (2008). *Los servicios de ocio de las asociaciones de discapacidad*. Universidad de Deusto.).
- Magris, C. (2008). *El infinito viajar*. Barcelona: Anagrama.
- Maiztegui, C., Martínez, S., & Monteagudo, M. J. (1996). *Thesaurus de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Mannheim, K. (2003). *Essays on the sociology of culture. collected works volume seven*. New York: Routledge.
- Mannheim, K. (2011). *Le problème des générations*. Paris: Armand Colin.
- Markkanen, A., & Nieminen, H. (2011). Audience interactivity and participation: A review of recent Audience Research in finland. In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schrøder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of european Audience Research; research report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies* (54-58 orr.). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Martínez Nicolás, M. (2009). La investigación sobre comunicación en España. evolución histórica y retos actuales. *Revista Latina De Comunicación Social*, 64, 1-14. doi:10.4185/RLCS-64-2009-800-01-14.
- Marx, K. (1999). In Engels F. (Ed.), *Capital. A critique of political economy. volume III: Capitalist production as a whole*. USSR: Institute of Marxis-Leninism. <http://www.marxists.org/archive/marx/works/download/pdf/Capital-Volume-III.pdf> -etik hartua.
- Mattelart, A. (1980). *Mass media, ideologies and the revolutionary movement*. Sussex: Harvester.
- Mattelart, A., & Neveu, É. (2004). *Introducción a los estudios culturales*. [Introduction aux Cultural Studies] (G. Multigner Itzultz.). Barcelona: Paidós.

- McCarthy, A. (2001). *Ambient television. visual culture and public space*. London: Duke University Press.
- McLuhan, M. (2001). *Understanding media: The extensions of man*. London & New York: Routledge.
- McLuhan, M. (2008). The playboy interview. http://www.mcluhanmedia.com/m_mcl_inter_pb_02.html -etik hartua 2011/10/11an.
- Kristina McLaughlin, M. M. (Producer), & McMahon, K. and Sobelman, D. (Directors). (2007). *McLuhan's wake*. [Video/DVD] Canada: Disinformation.
- McQueen, K. M., McLellan-Lemal, E., Bartholow, K., & Milstein, B. (2008). Team based codebook development: Structure, process and agreement. In G. Guest, & K. M. MacQueen (Eds.), *Handbook for team-based qualitative research* (119-135 orr.). Landham, MD: AltaMira Press.
- Meadel, C. (1998). De l'émergence d'un outil de quantification. *Quaderni*, 35, 63-78.
- Media Ecology Association. (2009). What is media ecology? http://www.media-ecology.org/media_ecology/index.html -etik hartua 2011/10/19an.
- Mehl, D. (1996). *La télévision d'intimité*. Paris: Seuil.
- Merton, R. K. (1968). *Social theory and social structure*. New York: The Free Press.
- Meyer, A. (2008). Investigating cultural consumers. In M. Pickering (Ed.), *Research methods for cultural studies* (68-88 orr.). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Meyrowitz, J. (1990). On "The consumer's world: Place as context" by Robert Sack. *Annals of the Association of American Geographers*, 80(1), 129-132.
- Meyrowitz, J. (2008). Power, pleasure, patterns: Intersecting narratives of media influence. *Journal of Communication*, 58, 641-663.
- Miller, T. (2001). What it is and what it isn't: Introducing. Cultural Studies. In T. Miller (Ed.), *A companion to cultural studies* (1-20 orr.). Malden & Oxford: Blackwell Publishers.
- Miller, T. (2008). Foreword: It's television. It's HBO. In M. Leverette, B. L. Ott & C. L. Buckley (Eds.), *It's not TV. watching HBO in the post-television era*. (1-10 orr.). New York & London: Routledge.
- Mittell, J. (2011). TiVoing childhood: Time shifting a generation's concept of television. In M. Kackman, M. Binfield, M. T. Payne, A. Perlman & B. Sebok (Eds.), *Flow TV: Television in the era of media convergence*. (46-54 orr.). New York: Routledge.
- Monteagudo, M. J. (Ed.). (2007). *El ocio en la investigación actual: Una lectura desde ámbitos, disciplinas, grupos de población y contextos geográficos*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Moore, S. (1993). *Interpreting audiences. the ethnography of media consumption*. London: Sage.
- Morley, D. (1980). *The 'Nationwide' audience*. London: British Film Institute.
- Morley, D. (1986). *Family television: Cultural power and domestic leisure*. London: Routledge.
- Morley, D. (2005). *Television, audiences & cultural studies*. (2. ed.). New York: Routledge.
- Morley, D. (2007). *Media, modernity and technology. the geography of the new*. London: Routledge.
- Morley, D., & Brunson, C. (1999). *The nationwide television studies*. London: Routledge.
- Morris, M. (2005). Morris student plus dictionary hiztegia. <http://www1.euskadi.net/morris/dictionary.htm> -etik hartua 2012/03/30ean.
- MSN encarta U.S. english dictionary. http://encarta.msn.com/dictionary_1861696117/definition.html -etik hartua 2011/11/10ean.
- Muhr, T. (2009,). Some cooc table explorer (CTE) mysteries unveiled. <http://forum.atlasti.com/showthread.php?t=4317> -etik hartua.
- Namey, E., Guest, G., Thairu, L., & Johnson, L. (2008). Data reduction techniques for large qualitative data sets. In G. Guest, & K. M. MacQueen (Eds.), *Handbook for teambased qualitative research* (137-161 orr.). Lanham, MD: AltaMira Press.

- Napoli, P. M. (2008). *Toward a model of audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. New York: The Donald McGannon Communication Research Center.
- Napoli, P. M. (2011a). Audience evolution. <http://audienceevolution.wordpress.com/-etikhartua2011/10/24an>.
- Napoli, P. M. (2011b). *Audience evolution and the future of Audience Research*. Transforming Audiences Transforming Societies AALTO Conference, Helsinki: Aalto University Media factory.
- Nash, C. (1996). Reclaiming vision: Looking at landscape and the body. *Gender, Place and Culture*, 3, 149-169.
- National Recreation and Park Association. (1983). *Journal of Leisure Research* National Recreation and Park Association.
- Negri, A. (2002). Pour une definition ontologique de la multitude. *Multitudes*, 9, 36-48.
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. New York: Vintage.
- Neulinger, J. (1981). *The psychology of leisure*. Michigan: C.C. Thomas.
- Newton, I., Motte, A., Cajori, F., & Crawford, R. T. (1934). *Philosophiae naturalis principia mathematica*. University of California Press.
- Nguyet Erni, J. (2001). Media studies and cultural studies: A symbiotic convergence. In T. Miller (Ed.), *A companion to cultural studies* (187-213 orr.). Oxford: Blackwell.
- Nikunen, K., & Vehmas, S. (2009-2011). *Mitä lama tekee journalismille?*. Tampere: Journalism Research and Development Centre. University of Tampere.
- O'Reilly, T. (2004). Architecture of participation. http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/articles/architecture_of_participation.html -etik hartua 2011/10/05ean.
- Ogan, C. (2001). *Communication and identity in the diaspora. turkish migrants in Amsterdam and their use of media*. Lanham: Lexington Books.
- Ogburn, W. F. (1932). Statistics and art. *Journal of the American Statistical Association*, (32), 1-11.
- Ong, W. J. (2002). *Orality and literacy: The technologizing of the word*. New York: Taylor & Francis.
- Oskorri. (1976). *Gabriel Arestiren omenez*. Elkar.
- Ossman, S. (2004). Media, bodies and spaces of ethnography. *MediaSpace. place, scale and culture in the media age*. (114. orr.). London: Routledge.
- Ott, B. L. (2008). Introduction: The not TV text. In M. Leverette, B. L. Ott & C. L. Buckley (Eds.), *It's not TV. watching HBO in the post-television era*. New York & London: Routledge.
- Palazio, G. (2008). Interneteko bideo eta telebistaren aro berriaz. In K. Alkorta, K. Altonaga & E. Barrutia (Eds.), *Atzotik etzira* (111-126 orr.). Bilbao: Mendebalde.
- Parker, J. C., & Thorson, E. (2009). *Health communication in the new media landscape* Springer Pub.
- Parker, S. R. (1976). *The sociology of leisure*. Allen and Unwin.
- Pasquier, D. (1999). *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris: Editions de la Maison des sciences de l'Homme.
- Pato, L. M. (2011). Mobile TV: Towards a theory for mobile television. *EuroITV 2011 - Adjunct Proceedings*. Lisbon, Portugal. 39-42.
- Patriarche, G., Hubert, M., Montulet, B., & Berzin, M. (2009). Les usages des médias et des TIV en situation de mobilité. une étude exploratoire des jeunes adultes se déplaçant à, de et vers bruxelles. *Recherches En Communication*, 31, 197-213.
- Patriarche, G. (2011). In From audience to users and beyond. II Finnish Transforming Audiences Transforming Societies Conference (Ed.), *European Audience Research: Reflections and directions*. Aalto University: COST Action Transforming Audiences Transforming Societies.
- Patriarche, G., Dufrasne, M., & Hubert, M. (2011). Audience Research in francophone belgium. In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schrøder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of european Audience Research; research*

- report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies (14-17 orr.). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Paus-Hasebrink, I. (2005). *Einführung in die audiovisuelle kommunikation*. Klagenfurt: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Pavon Arrizabalaga, A., & Zuberogoitia Espilla, A. (2011). Leintz bailarako nerabeak eta ikus-entzunezko edukien kontsumoa, digitalizazioaren garaian. *Uztaro*, 78, 31-49.
- Pellerev, R. (1997). Umberto Eco, mugen gainetik. In J. I. Basterretxea Polo, & M. Gonzalez Abrisketa (Eds.), *Semiotika eta masa-komunikazioa: Panorama Europarra*. (89. or.). Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea.
- Pieper, J. (2003). *El ocio y la vida intelectual*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Pietilä, V., & Ridell, S. (2008). Social media as a platform for agency audience, community and public in the analysis of YouTube. *LÄHIKUVA*, 21(2), 2011/12/16.
- Pike, K. L. (1967). *Language in relation to a unified theory of the structure of human behavior*. (2. ed.). The Hague: Mouton.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy*. Harvard Business School Press Boston, MA.
- Ponte, C. (2010). Potencialidades da pesquisa comparada no estudo da comunicação. A experiência da rede europeia EU kids online. In C. Álvarez, & M. J. Damásio (Eds.), *Teorias e práticas dos media: Situando o local no global*. (141-155 orr.). Lisboa: Edições Lusófonas.
- Ponte, C., & Jorge, A. (2011). Portuguese audiences research in communication studies: An overview of the last decade (1999-2010) with a focus on age and generations. In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schrøder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of european Audience Research; research report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies* (117-121 orr.). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Ponterotto, J. G., & Grieger, I. (1999). Merging qualitative and quantitative perspectives in a research identity. In M. Kopala, & L. A. Suzuki (Eds.), *Using qualitative methods in psychology* (49–62 orr.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pouvreau, S. (1979). *Jesusen imitazioa*. Hordago.
- Proctor, R. W., & Capaldi, E. J. (2006). *Why science matters*. Malden, Oxford and Victoria: Blackwell Publishing.
- Puig Rovira, J. M., & Trillas, J. (1996). *La pedagogía del ocio*. Barcelona: Laertes.
- Radio Joint Audience Research. (2011). *Quarterly summary of radio listening. survey period ending 26th june 2011*. (Listening Figures. Quarterly Listening. No. RAJAR/Ipsos MORI/RSMB). www.rajar.co.uk: RAJAR.
- Radway, J. (1983). Woman read the romance: The interaction of text and context. *Feminist Studies*, 9(1), 56.
- Radway, J. (1984). *Reading the romance. women, patriarchy and popular literature*. Chapel Hill and London: University of Carolina Press.
- Ramírez de la Piscina, Txema, Andrieu, A., Basterretxea, J. I., Jimenez, E., & Idoyaga, J. V. (2010). Ikus-entzunezko alfabetizazioaren indar-guneak eta gabeziak euskal herrian. eskola-komunitatean egindako ikerketa kualitatibo baten emaitzak. *Tantak*, 22(2), 67-91.
- Rauch, J. (2007). Activists as interpretive communities: Rituals of consumption and interaction in an alternative media audience. *Media, Culture & Society*, 29(6), 994-1013.
- Real Academia Española. (2011). Paisaje. http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=paisaje –etik hartua 2011/10/04an.
- Reed, K. L., & Sanderson, S. N. (1999). *Concepts of occupational therapy* Lippincott Williams & Wilkins.

- Ricaud, P. (2000). Ipar euskal herriko hedabideen egoera. In J. I. Basterretxea Polo (Ed.), *Hedabideak eta euskal herria* (41-55 orr.). Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea.
- Richeri, G. (2005). *Le televisioni pubbliche nelle regioni d'Europa*. Roma: Pai Eri.
- Ridell, S. (2010). The cybercity as a medium. *International Review of Information Ethics*, 12(3), 12-12-20.
- Ridell, S. (2011a). Audience Research in finland. In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schrøder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of european Audience Research; research report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies* (58-65 orr.). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Ridell, S. (2011b). In II Finnish COST Action ISO906 seminar (Ed.), *Ubiquitous audiencing. media reception and use in the age of portable domesticity*. Helsinki: Aalto University.
- Roberts, K. (2010). Is Leisure Studies "ethnocentric"? if so, does this matter? *World Leisure Journal*, 53(3), 164-164-176.
- Roberts, K. (1978). *Contemporary society and the growth of leisure*. Longman.
- Roberts, K. (2002). El impacto del ocio en la sociedad. In M. J. Cava (Ed.), *Propuestas alternativas de investigación sobre ocio* (13. orr.). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Rodriguez, E. (2011). Ez dugu ulertzen. [http://zuzeu.com/blogak/barrandegi28/2011/10/03/ez-dugu-ulertzen/](http://zuzeu.com/blogak/barrandegi28/2011/10/03/ez-dugu-ulertzen/-etik-hartua-2011/10/03an) -etik hartua 2011/10/03an.
- Rojek, C. (2000). *Leisure and culture*. Hampshire: Palgrave.
- Rojek, C. (2005a). An outline of the action approach to Leisure Studies. *Leisure Studies*, 24(1), 13.
- Rojek, C. (2005b). P2P leisure exchange: Net banditry and the policing of intellectual property. *Leisure Studies*, 24(4), 357.
- Rojek, C. (2009). *The labour of leisure: The culture of free time*. SAGE Publications Ltd.
- Rojek, C. (2010). Leisure and emotional intelligence. *World Leisure Journal*, 52(4), 240.
- Rose, G. (1993). *Feminism and geography*. Cambridge: Polity Press.
- Rubin, A. M., & Rubin, R. B. (1982). Older persons' TV viewing patterns and motivations. *Communication Research*, 9(2), 287-313.
- Saint-Exupéry, A., & Testot-Ferry, I. (1995). *The little prince*. London: Wordsworth.
- San Salvador del Valle Doistua, Roberto. (2000). *Políticas de ocio: Cultura, turismo, deporte y recreación*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- San Salvador del Valle Doistua, Roberto. (2006). *Introducción a la historia de los Estudios de Ocio en el siglo XX*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Scaglioni, M., & Sfardini, A. (2008). *MultiTV: L'esperienza televisiva nell'età della convergenza*. Roma: Carocci.
- Scannell, P. (1991). Introduction: The relevance of talk. In P. Scannell (Ed.), *Broadcast talk*. London: Sage.
- Scannell, P. (1996). *Radio, television and modern life*. Oxford: Blackwell.
- Schutz, A. (1962). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Scolari, C. (2008). Hacia la hipertelevisión. los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos De La Comunicación. Revista Académica De La Federación Latinoamericana De Facultades De Comunicación Social*, (77), 1-9.
- Scullard, H. H. (1981). *Festivals and ceremonies of the roman republic*. New York: Cornell University Press.
- Segura Munguía, S., & Cuenca Cabeza, M. (2007). *El ocio en la Grecia clásica*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Servais, C. (2004). Médiation, esthétique, médiatisation, destination. *Communication*, 23(2), 9-25.

- Setién Santamaría, M. L. (2000). El papel del ocio en una vida con calidad. In M. L. Setién Santamaría (Ed.), *Ocio, calidad de vida y discapacidad. actas de las cuartas jornadas de la cátedra de ocio y minusvalías*. (33-45 orr.). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Sfardini, A. (2007/2008). L'esperienza televisiva nell'età della convergenza. *Archivio Working Papers. Dipartimento Di Studi Sociali e Politici. Università Degli Studi Di Milano*, 1-28.
- Shakespeare, W., Wells, S. W., & Taylor, G. (2005). *The complete works* Clarendon Press.
- Shannon, C., & Weaver, W. (1949). *A mathematical model of communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Shimpach, S. (2010). *Television in transition*. Chichester, UK: Wiley-Blackwell.
- Silverstone, R. (1989). Let us then return to the murmuring of everyday practices: A note on michel de certeau, television and everyday life. *Theory Culture Society*, 6, 77-94.
- Silverstone, R. (1996). *Televisión y vida cotidiana* [Television and Everyday Life]. Buenos Aires: Amorrortu.
- Silverstone, R. (2007). *Media and morality: On the rise of mediapolis*. Cambridge: Polity.
- Smith, M. (2005). The alhacenian account of spatian perception and its epistemological implications. *Arabic Science and Philosophy*, 15(02), 219-240.
- Smith, A. (2009). *The wealth of nations*. Digireads.com.
- Soto Sanfiel, M. T. (2008). Cross media training (para crear en tiempos de convergencia). *Anàlisi*, 36, 139-158.
- Souchon, M. (1992). Le vieux canon de 75. L'apport des methodes quantitatives á la connaissance du public de la télévision. *Hermès*, 11-12, 233-245.
- Springer, P. (2007). *Ads to icons: How advertising succeeds in a multimedia age* Kogan Page.
- Stebbins, A. R. (2004). Erasing the line between work and leisure in north america. Paper presented at the University of Paris IV, Paris, France. <http://people.ucalgary.ca/~stebbins/leisurelibertyinnpap.pdf> -etik hartua.
- Stebbins, A. R. (2005). Choice and experiential definitions of leisure. *Leisure Sciences*, 27, 349-352.
- Stebbins, R. A. (1992). *Amateurs, professionals and serious leisure* McGill-Queen's University Press.
- Stebbins, R. A. (2007). *Serious leisure: A perspective for our time* Transaction Publishers.
- Strate, L. (2002). Media ecology as a scholarly activity. *Proceedings of the Media Ecology Association*, Marymount Manhattan College. , 3 1-7.
- Strate, L. (2006). *Echoes and reflections: On media ecology as a field of study*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Tan, F. B., & Hunter, M. G. (2009). Cognitive research in information systems. In M. Khosrow-Pour (Ed.), *Encyclopedia of information science and technology* (2. ed., 572-577 orr.). New York: Information Resources Management Association.
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the internet generation is changing your world*. New York: MacGraw Hill.
- Thompson, E. P. (1963). *The making of the english working class*. London: Victor Gollancz.
- Thompson, K. (2002). Border crossings and diasporic identities: Media use and leisure practices of an ethnic minority. *Qualitative Sociology*, 25(3), 409.
- Threadgold, T. (2005). Text. In T. Bennett, L. Grossberg & M. Morris (Eds.), *New keywords: A revised vocabulary of culture and society*. (345–347 orr.). Malden: Blackwell.
- Timberg, B. M. (2004). *Television talk: A history of the TV talk show*. Austin: University of Texas Press.

- Tinsley, H. E., & Tinsley, D. J. (1986). A theory of the attributes, benefits, and causes of leisure experience. *Leisure Sciences*, 8(1), 1-45. doi:10.1080/01490408609513056
- Toner, J. P. (1995). *Leisure and ancient Rome*. Polity Press.
- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and recreation management*. Routledge.
- Torrealdai, J. M. (1993). ETB eta euskara. hamar urteren bueltan. *Jakin*, 75, 151-159.
- Tryon, C. (2009). *Reinventing cinema: Movies in the age of media convergence*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Urkizu, U. (2011a, 2011/01/28). Internetek telebista gainditu du AEBetan, europar eta txinarrak. *Berria*, 30. or.
- Urkizu, U. (2011b, 2011/11/01). YouTubek ehun kate eskainiko ditu eduki propioekin, batzuk azarotik. *Berria*, 26. or.
- UTECA. (2009). *La televisión en España. Informe 2009*. Madrid: CIEC.
- Vaca Berdayes, R. (1997). *Quién manda en el mando. comportamiento de los españoles ante la televisión*. Madrid: Visor.
- Interfield*. van Bovenen, M. (Director). (2007). [Motion Picture] NIMk (Netherlands Media Art Institute).
- Van del Buck, H. (2001). Public service television and national identity as a project of modernity: The example of Flemish television. *Media, Culture and Society*, 23(1), 53-69.
- van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society*, 31(1), 41-58.
- Varnelis, K., & Friedberg, A. (2008). Place: The networking of space. In K. Varnelis (Ed.), *Networked publics*. Cambridge: MIT Press.
- Veal, A. J. (2004). A brief history of work and its relation to leisure. In J. Haworth, & A. J. Veal (Eds.), *Work and leisure* (15. or.) Routledge.
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class*. A.M. Kelley.
- Velasco, H., & Díaz de Rada, Á. (2006). *La lógica de la investigación etnográfica*. Madrid: Trotta.
- Vicente-Mariño, M. (2011). Audience Research in Spain: A brief approach. In H. Bilandzic, N. Carpentier, G. Patriarche, C. Ponte, K. Schröder, E. Vossen & F. Zeller (Eds.), *Overview of European Audience Research; research report from the COST action IS0906 transforming audiences, transforming societies* (140-144 orr.). www.cost-transforming-audiences.eu: COST Action IS0906: Transforming Audiences, Transforming Societies.
- Vicente-Mariño, M., & Monclús, B. (2008). Spanish TV evolution through their audience: 1992-2006. A history of TV from behind the screens. *Communication Policies and Culture in Europe*, Barcelona.
- Vincent, R. C., & Basil, M. D. (1997). College students' news gratifications, media use and current events knowledge. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41, 380-392.
- Warner, M. (2002). Publics and counterpublics. *Public Culture*, 14(1), 49-90.
- Watkinson, J. (2001). *Convergence in broadcast and communication media. the fundamentals of audio, video, data processing and communication technologies*. Oxford: Focal Press.
- Webster, J. G., Phalen, P. F., & Lichty, L. W. (2006). *Ratings analysis: The theory and practice of Audience Research*. Mahwah, New Jersey and London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Weiermair, K., & Mathies, C. (2004). *The tourism and leisure industry: Shaping the future*. Haworth Hospitality Press.
- Wikipedia. (2011a). Aisia. Retrieved 04, 2011, from <http://eu.wikipedia.org/wiki/Aisia> - etik hartua 2011/09/04an.
- Wikipedia. (2011b). Leisure. <http://en.wikipedia.org/wiki/Leisure> - etik hartua 2011/09/16an.
- Wikipedia. (2011c). Ocio. <http://es.wikipedia.org/wiki/Ocio> -etik hartua 2011/09/16an.

- Williams, R. (1975). *The long revolution*. Harmondsworth: Pelican.
- Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. New York: Oxford University Press.
- Williams, R., & Williams, E. (2003). *Television: Technology and cultural form*. London: Routledge.
- Woodell, M. D. (2009). *The web 2.0 revolution: Exploring the impact of social media on marketing communications* Flagler Business School, University of North Carolina at Chapel Hill.
- Wylie, John W. (2007). *Landscape*. New York: Routledge.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Zabaleta Urkiola, I. (1997). *Komunikazioaren ikerkuntzarako metodologia: Metodo enpirikoak eta interpretatzaileak*. Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea.

ERANSKINAK

CONTENTS	
1.	PARTE-HARTZAILEEN FITXA.
2.	TALDE ETA SAKONEKO ELKARRIZKETETAKO GIDOI OROKORRA.
3.	NAGUSIAK EZTABAIDA TALDEA - GIDOIA ETA OHARRAK
4.	EZTABAIDA TALDEETAKO PARTE-HARTZAILEAK
5.	SAKONEKO ELKARRIZKETEN PARTE-HARTZAILEAK
6.	AISIAREN KOORDENATUAK: PARTE HARTZAILEEN JATORRIZKO ERANTZUNAK
7.	TELEBISTAREN AISIAZKO HARREMANEN ASTIZKO KATEGORIAK: IN VIVO KODEAK, ADIN-TALDEKA.
8.	TELEBISTAREN AISIAZKO HARREMANEN ALDIZKO KATEGORIAK: IN VIVO KODEAK, ADIN-TALDEKA.
9.	TELEBISTAREN AISIAZKO HARREMANEN AISIAZKO KATEGORIAK: IN VIVO KODEAK, ADIN-ALDEEN ARABERA.
10.	ADIN-TALDEAK ETA BELAUNALDIAK: IN VIVO KODEAK, ADIN-TALDEEN ARABERA.

1. ERANSKINA PARTE-HARTZAILEEN FITXA.

KODEA	

Datu pertsonalak

Izen-abizenak	
Adina	
Sexua	
Herria	
Lanbidea	
Ikasketa maila	
Egoera zibila (ezkondua...)	

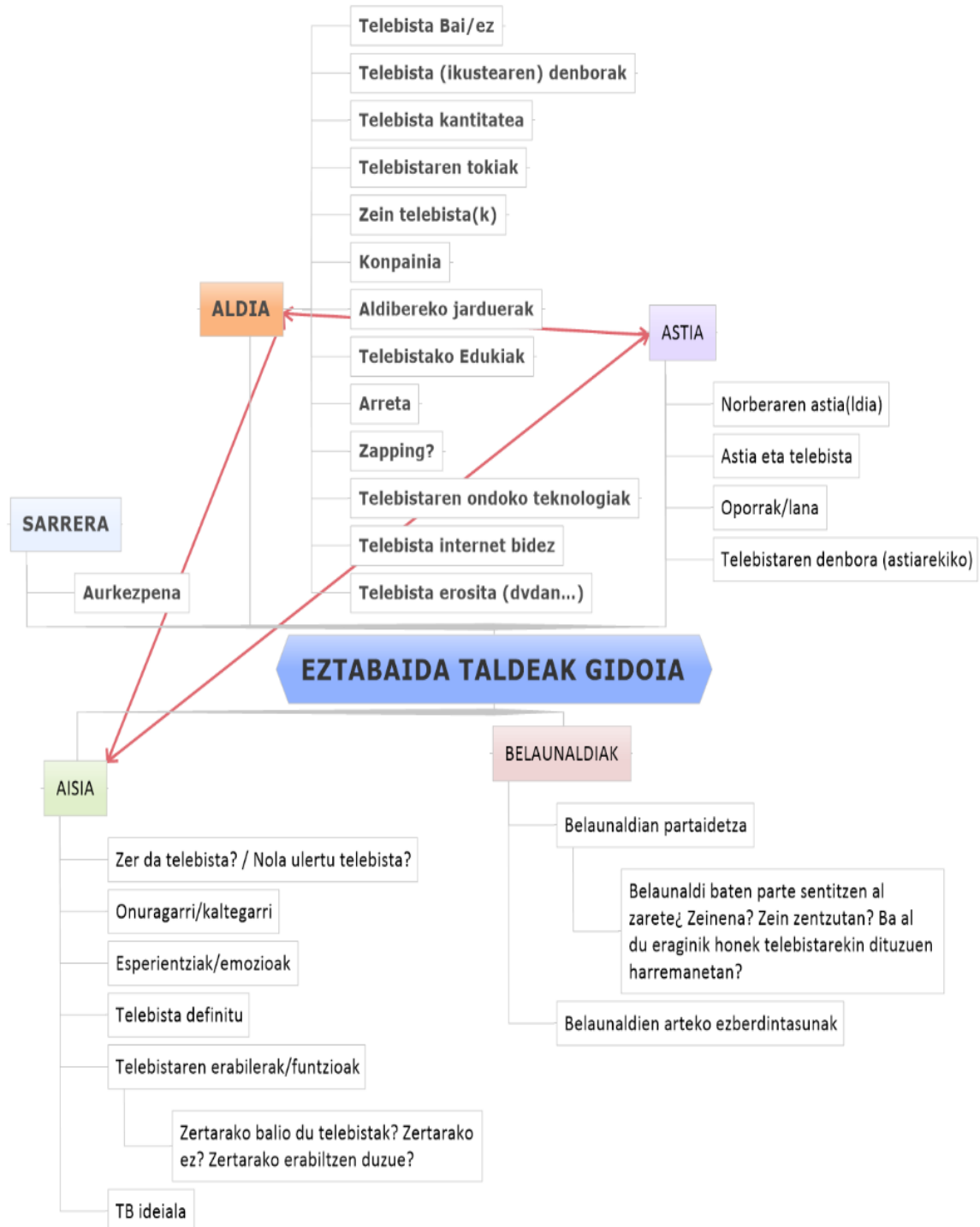
Telebistarekin harremana

Zenbat telebista ikusten duzu egunean gutxi gora behera (ordutan)?	
Eta astean?	
Zenbat lagun bizi zarete etxean?	
Zenbat telebista dituzu etxean?	
Zein gailu / aparatu daukazu telebistari konektatuta? (bideoa, dvd-a, LTDa...)	
Internet bidez ikusten al duzu telebistarik?	

Ondoko esaldietatik aukeratu ados zauden lau eta ordenatu 1etik 4ra (1 = adosen zaudena izanda):

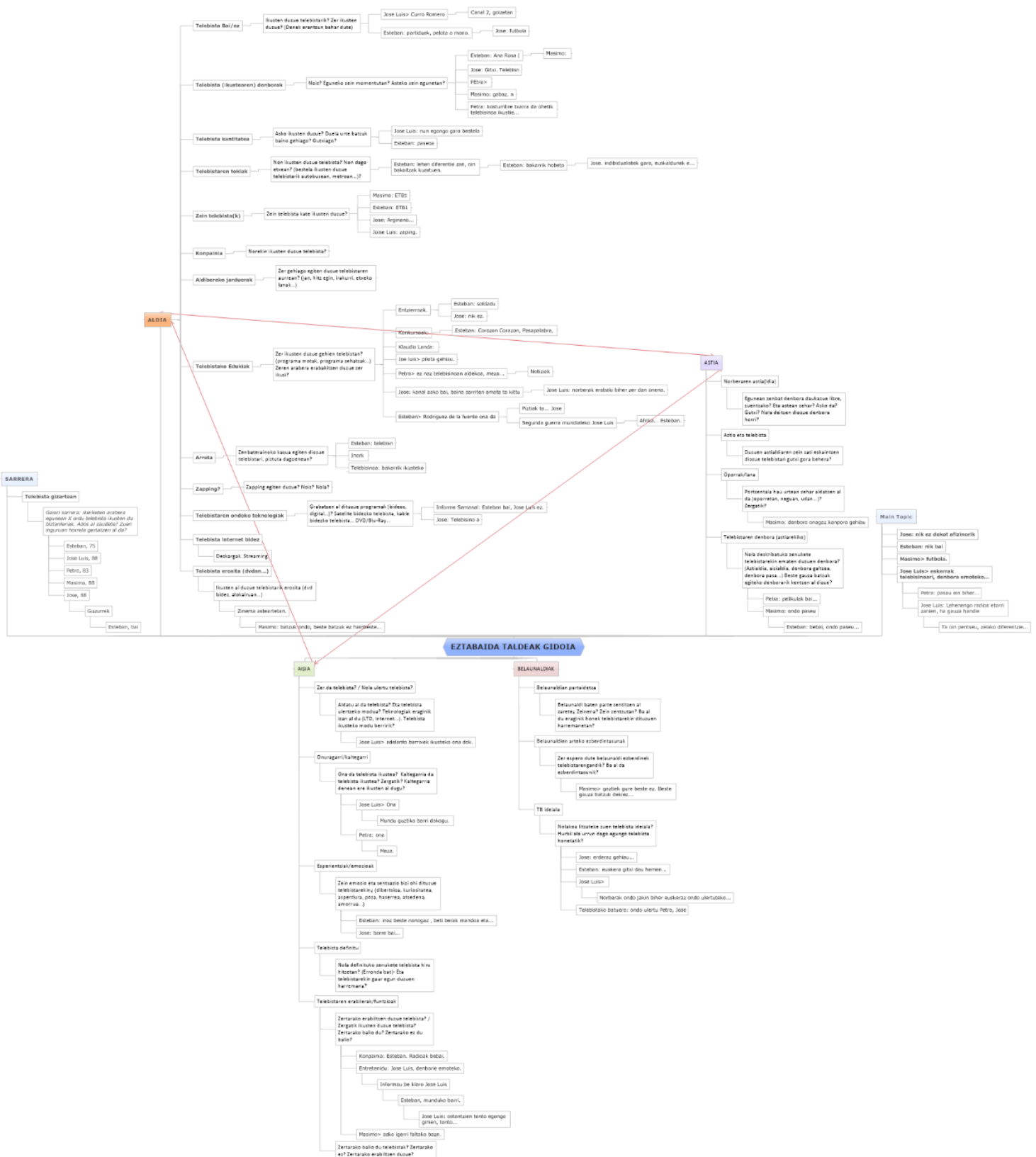
Gustatu egiten zait telebista.	
Telebistak munduaren berri ematen dit.	
Aspertuta nagoenean jartzen dut telebista.	
Telebistak aspertu egiten nau.	
Ikasi egiten dut telebistarekin.	
Telebista erabilgarria/baliagarria da.	
Nahi dudana aurkitzen dut telebistan.	
Telebista adiktiboa da.	
Telebista gehiegi ikusten dut.	
Denbora galtzea da telebista ikustea.	
Telebistak beste gauza batzuk egiteko denbora kentzen dit.	
Atsegina da telebista ikustea.	

2. ERANSKINA: TALDE ETA SAKONEKO ELKARRIZKETETAKO GIDOI OROKORRA.



Iturria: norberak egina

3. ERANSKINA: NAGUSIAK EZTABAIDA TALDEA GIDOIA ETA OHARRAK (MINDJET)



Iturria: norberak egina

4. ERANSKINA: EZTABAIDA TALDEETAKO PARTE-HARTZAILEAK (NORBERAK BETETZEKO FITXA)

Adina	Sexua	Herria (bizilekua)	ET Tokia	Lanbidea	Ikasketa maila	Egoera zibila (ezkondua...)
21	E	Gamiz-Fika	Mungia	Ikaslea	Goi mailakoa	Ezkongabea
25	G	Mungia	Mungia	Ikaslea	goi mailakoa	Ezkongabea
24	G	Mungia	Mungia	Energia eolikoetako teknikoa	Goi mailako zikloa	Ezkongabea
21	E	Meñaka	Mungia	Ikaslea	Goi mailakoa	Ezkongabea
20	E	Mungia	Mungia	Ikaslea	Goi mailakoa	Ezkongabea
24	G	Durango	Durango	Ikaslea	Goi mailakoa	Ezkongabea
23	G	Durango	Durango	Ikaslea	Goi mailakoa	Ezkongabea
24	G	Durango	Durango	Ikaslea	Goi mailakoa	Ezkongabea
24	E	Durango	Durango	Hezitzailea	Goi mailakoa	Ezkongabea
21	G	Durango	Durango	Ikaslea	Goi mailakoa	Ezkongabea
24	G	Durango	Durango	Psikologoa	Goi mailakoa	Ezkongabea
21	E	Durango	Durango	Ikaslea	Goi mailakoa	Ezkongabea
29	E	Berango	Algorta	Irakaslea	Goi mailakoa	Ezkongabea
21	E	Algorta	Algorta	Elkarte bateko dinamizatzailea	Goi mailakoa	Ezkongabea
26	E	Algorta	Algorta	Unibertsitateko irakasle eta ikerlaria	Goi mailakoa	Ezkongabea
34	G	Algorta	Algorta	Euskara-teknikaria	Goi mailakoa	Ezkondua
30	E	Algorta	Algorta	Teknikaria	Goi mailakoa	Ezkongabea
40	E	Bermeo	Bermeo	Irakaslea	Goi mailakoa	Ezkondua
41	E	Bermeo	Bermeo	Irakaslea	Goi mailakoa	Ezkondua
40	G	Bermeo	Bermeo	Harakina	O.H.O.	Ezkondua
40	E	Bermeo	Bermeo	Irakaslea	Goi mailakoa	Ezkondua
37	E	Bermeo	Bermeo	Administratiboa		Ezkondua
38	G	Bermeo	Bermeo	Irakaslea	Goi mailakoa	Ezkondua
47	E	Mungia	Bilbao	Itzultzailea	Goi mailakoa	Ezkondua

38	E	Urrestilla	Bilbao	Idazkaria	Goi mailakoa	Ezkongabea
39	G	Bilbao	Bilbao	Kazetaria	Goi mailakoa	Ezkondua
50	E	Gorliz	Bilbao	Irakaslea eta itzultzailea	Goi mailakoa	Ezkondua
51	E	Mungia	Mungia	Irakaslea	Goi mailakoa	Banandua
55	E	Jatabe-Maruri	Mungia	Administratiboa	Batxilergoa	Ezkondua
56	E	Mungia	Mungia	Administratiboa	Goi mailakoa	
58	G	Mungia	Mungia	Administratiboa	Goi mailakoa	Banandua
62	G	Mungia	Mungia	Langabea	Batxilergoa	Ezkondua
52	G	Santurtzi	Santurtzi	Administratiboa	Batxilergoa	Ezkondua
56	E	Barakaldo	Santurtzi	Irakaslea	Goi mailakoa	Ezkongabea
57	E	Sestao	Santurtzi	Irakaslea	Goi mailakoa	Ezkongabea
50	E	Sestao	Santurtzi	Irakaslea	Goi mailakoa	Ezkondua
53	G	Santurtzi	Santurtzi	Kultur teknikaria	Goi mailakoa	Ezkondua
57	G	Santurtzi	Santurtzi	Administratiboa	Batxilergoa	Ezkondua
52	G	Santurtzi	Santurtzi	Irakaslea	Goi mailakoa	Ezkondua
54	E	Lekeitio	Lekeitio	Funtzionarioa	Goi mailakoa	Ezkondua
53	E	Lekeitio	Lekeitio	Etxeko andrea	FPI	Ezkondua
59	G	Lekeitio	Lekeitio	ETBko teknikaria	Nautika	Ezkondua
52	E	Lekeitio	Lekeitio	Tekniko kontablea	Goi mailakoa	Ezkondua
52	G	Lekeitio	Lekeitio	Ertzaina	FPII	Ezkondua
53	E	Lekeitio	Lekeitio	Irakaslea	Goi mailakoa	Ezkondua
55	G	Lekeitio	Lekeitio	Gasolineroa	Goi mailakoa	Ezkondua
57	G	Lekeitio	Lekeitio	Enpresaria	Erdi mailakoa	Ezkondua
77	G	Aulestia	Aulestia	Erretiratua	Nautika	Ezkondua
85	E	Aulestia	Aulestia	Erretiratua	14 urterarte	Ezkondua
75	E	Aulestia	Aulestia	Etxeko andrea	17 urterarte	Ezkondua
80	E	Aulestia	Aulestia	Erretiratua	14 urterarte	Alarguna
71	G	Aulestia	Aulestia	Erretiratua		Alarguna
67	G	Aulestia	Aulestia	Baserritarra	Derrigorrezkoa	Ezkondua

74	E	Aulestia	Aulestia	Erretiratua		Alarguna
75	G		Bilbao	Erretiratua		
83	E		Bilbao	Erretiratua		
88	G		Bilbao	Erretiratua		
88	G		Bilbao	Erretiratua		
88	G		Bilbao	Erretiratua		

5. ERANSKINA: SAKONEKO ELKARRIZKETEN PARTE-HARTZAILEAK (NORBERAK BETETZEKO FITXA)

Adina	Sexua	Herria	SE Tokia	Lanbidea	Ikasketa maila	Egoera zibila (ezkondua...)
67	E	Lezama	Lezama	Etxeko andrea	14 urterarte	Alarguna
78	E	Lekeitio	Lekeitio	Erretiratu	Derrigorrezkoa	Ezkongabea
39	G	Bilbao	Bilbao	Informatikaria	Goi mailakoa	Ezkondua
29	E	Bakio	Bilbao	Itzultzailea	Goi mailakoa	Ezkongabea
40	G	Larrabetzu	Larrabetzu	Kazetaria	Goi mailakoa	Ezkondua
47	G	Muskiz	Muskiz	Liburuzaina	Goi mailakoa	Ezkondua

6. ERANSKINA: AISIAREN KOORDENATUAK: PARTE HARTZAILEEN JATORRIZKO ERANTZUNAK

AISIA AUTOTELIKOA
(PARTE HARTZAILEEN JATORRIZKO ERANTZUNAK)

	Adina	Sexua	Telebistak munduaren berri ematen dit	Telebista erabiltgarria/baliagarria da	Ikasi egiten dut telebistarekin
GAZTEAK	21	G	3		4
	23	G		2	
	24	G	1	2	
	24	G	2		3
	24	G	3	1	
	25	G	4		
HELDUAK 1	29	E	3		
	29	E		2	
	30	E	3	1	
	37	E	3		4
	38	G	2	1	
	38	E	2	4	3
	39	G	2	2	3
	39	G	4	3	2
	40	E	2	3	
	40	G	1	2	
	40	E	4	2	
	40	G			3
	40	G			1
	41	E		2	
	47	E	4	2	3
	47	G		3	
	47	G		4	1
HELDUAK 2	50	E	2	1	
	50	E		3	4
	51	E	1		2
	52	G	3	3	3
	52	G	1		
	52	E	1	3	2
	52	G		4	
	53	G	2		
	53	E	1		
	53	E	3	4	2
	54	E	1	2	3
	55	E	1	4	
	55	G	3	2	
	56	E	2		
NAGUSI AK	57	E	1	1	2
	57	G	1	3	2
	58	G	3		
	59	G	1	3	4
	62	G	1	3	2
NAGUSI AK	67	E		1	
	74	E	1		
	80	E			1
	85	E		1	

AISIA EXOTELIKOA
(PARTE HARTZAILEEN JATORRIZKO ERANTZUNAK)

	Adina	Sexua	Aspertuta nagoenean jartzen dut telebista	Telebistak aspertu egiten nau	Denbora galtzea da telebista ikustea
GAZTEAK	20	E	1		3
	21	E	3		1
	21	E	1		3
	21	G	2		
	21	E	3		4
	21	E	4		2
	23	G	4	1	
	24	G	4		
	24	G	4	1	
	24	E	1	2	4
	25	G	1		
	26	E		2	1
	29	E	2		
	29	E	1		4
	34	G	4	4	3
HELDUAK 1	38	G	4		
	39	G	3	2	3
	39	G	2	3	
	40	G	2		
	40	G	3		
	47	G	2		
HELDUAK 2	47	G		3	
	50	E		1	
	51	E	3		
	52	G	2	4	3
	52	G	3		
	53	E	4		
	54	E		4	
	55	E	2		
	56	E	1		
	56	E	1		4
	57	G		4	
NAGUSI AK	59	G	2		
	67	E	1		
	78	E	1		
	78	E	1	1	

AISIA ABSENTEA
(PARTE HARTZAILEEN JATORRIZKO ERANTZUNAK)

	Adina	Sexua	Telebista gehiegi ikusten dut	Telebista adiktiboa da	Telebistak beste gauza batzuk egiteko denbora hartzen dute
GAZTEAK	20	E	4		2
	21	E	4		2
	21	E	4		2
	21	G			1
	21	E		2	1
	21	E		3	1
	23	G			3
	24	G			3
	24	E		3	
	24	G			4
	25	G	3		1
	29	E	1	3	
	29	E		2	
	29	E	4		
HELDUAK 1	37	E			2
	39	G			1
	40	E	1	4	
	40	G	3		
	41	E			4
HELDUAK 2	47	G		4	
	50	E		2	
	52	G		2	4
	52	G		1	3
	53	G		4	3
	55	E	3		
	56	E	3	2	
NAGUSIAK	58	G		1	
	67	E		1	
	67	E			1

AISIA KALTEGARRIA
(PARTE HARTZAILEEN JATORRIZKO ERANTZUNAK)

	Adina	Sexua	Aspertuta nagoenean jartzen dut telebista	Telebistak aspertu egiten nau	Denbora galtzea da telebista ikustea
GAZTEAK	20	E	1		3
	21	E	3		1
	21	E	1		3
	21	G	2		
	21	E	3		4
	21	E	4		2
	23	G	4	1	
	24	G	4		
	24	G	4	1	
	24	E	1	2	4
	25	G	1		
	26	E		2	1
	29	E	2		
	29	E	1		4
	34	G	4	4	3
HELDUAK 1	38	G	4		
	39	G	3	2	3
	39	G	2	3	
	40	G	2		
	40	G	3		
	47	G	2		
	47	G		3	
HELDUAK 2	50	E		1	
	51	E	3		
	52	G	2	4	3
	52	G	3		
	53	E	4		
	54	E		4	
	55	E	2		
	56	E	1		
	56	E	1		4
	57	G		4	
	59	G	2		
NAGUSIAK	67	E	1		
	78	E	1		
	78	E	1	1	

7. ERANSKINA: TELEBISTAREN AISIAZKO HARREMANEN ASTIZKO KATEGORIAK: IN VIVO KODEAK, ADIN-TALDEKA.

27. TAULA: ASTIALDIA; NORBERARENA DEN DENBORA (IN VIVO KODEAK, ADIN-TALDEKA)

GAZTEAK	Lar, denbora libre asko etxien ahalegintzen naz ez egoten el último recurso niretzat ez dot aprobetxau etxien telebista ikusten denbora libre dekontenian kirola iten dot ipintzen dezu telebista eta zaoz hecho polvo bestela bizi zara bakarrik ba ikasteko ordubete edo deportie eitxeko atsaldiek bai emoten dotez neutzako ensegida paretan naz zeozer eitxen.
HELDUAK 1	Hamarretatik hamabixetara diferentie da negu ta udie negun ezebez la ruleta de la fortuna akabetan danien arratsalde guztixe siestie telebisinue biztute sensazinoa nauenien ikusten nauela neure denpora libreaz gozatzan etxetik lanera joateko bidaia umeak gero eta nagusiagoak direnean ba gero eta astialdi gehiago lortuko dodala inoizko denbora gutxien daukadala esan dezaket asmatu dugu zuku gehiago ateratzen arratsaldeak libreak ditut.
HELDUAK 2	Sei ´erdixetatik aurrera igual nago trankil-tranki goiza guztixa okupatu eukitzen dot gero bertan me dedico más al ocio libre, hiru ordu, ondo nik gehixau arratsalde guztia berandu oheratzen bazara horario flexiblia zaila da bereizten, ocioa zer dan;.
NAGUSIAK	Guk asko teorixen... dana danin topetan dogu bihera lauretatik gora libre jubilauek deukez nahi daben beste ordu libre Etxeko obligazinuek gehixenak andrazkuntzat denborie emoteko aukerakue.

Iturria: norberak egina.

28. TAULA: TELEBISTA, ASTIAREN ALDE ETA KONTRA (IN VIVO KODEAK, ADIN-TALDEKA)

GAZTEAK	Gure dozu lasai egon ez dekozu gogorik pentzetako hecho polvo bazaoz... atentzino egunero bere ez dot biztuten.
HELDUAK 1	Lo eitxeko denporie batzutan bai behartute eitten dozu amatau zegaittik egon nai hainbeste igual serixen bat lo orduak bai kendutentzuz Hospital Central grabetan naben Castle grabetan dot ez dekot astirik gero ikusteko grabetan badot nire anaixek eta honek internetetik eitten daurie egon zan nire aittitte be engantxeta relaxeko momentu bat tarte bat deskantzetako jan ta etzundu apur bet sofán teleagaz sehaska kanta barria entretenimenduagaz baino ez dot lotzen;bederatzirak arte normalean ez dut telebista ikusten telebista baino egongela, ez? sasoia baino, eguraldia.
HELDUAK 2	Denbora libre dekontenean gehixau ikusten dot pelikulak engantxaten nabe engantxatzen banaz, ikusten dot bi Teleberri ikusten badituzu pena horretan denbora-pasa izanak.
NAGUSIAK	Pelikulak bai eh? etxien banau...asko piztuten dot telebisino eta esan leike batenbat dauela etxen jornala, eitten deu harek ordu pasau eitten da! radioxo kendu ta haxe ipintten dot atzera ta aurrera telesiesta haxe ez ikustiagattik ohien neuk bez, ohien lo.

Iturria: norberak egina

29. TAULA: TELEBISTALDIAK, DENBORA PASATIK DENBORA GALTZERA (IN VIVO KODEAK, ADIN-TALDEKA)

GAZTEAK	Alperrik botatako denbora, da lonjan egotea eta telebisinoa horren parte da kostunbrea denbora-pasa, ez dau beste zereginik berez ez dekozu zer eginik jende asko, ezin dauena ein lo, telebistara egunez aspergarriak izan al diezen programa asko gabaz ipintzen dabez itxaroten dozu bukatzea programa ohera joateko ezeri begittu barik ez dot gure esan danik denporie galtzie.
HELDUAK 1	Segun zer programa zauzen ikusten denporapasa kirola gozau eitten dot zeuzer dauenien ganera disfruta eitxenu entretenimendu moduen bebai laguntzino moduen edo, bakarrik ez egoteko konbertsazinue emuteko bebai edo lokartzeko segun dokumental bat ikustea aisia da beste batzutan da denbora-pasa, edo denbora galdu oso pasiboa pasibotasun horretatik aparte jendeak sortzen dituela ere loturak ikusten duenarekin sortzen du kezka bat, eta grin bat horrenbeste jenderengana heltzearen gaitasun horrek zerbait aktiboa lortzen denean, jendeak areagotzen du bere grina interaktibitate hori lo-kuluxka bat egiteko aitzaki bat edukien arabera gustokoa duzun gauza bat, orduan ba ya ez da denbora-pasa baizik eta ya.
HELDUAK 2	Denbora-pasa denbora-pasa-galtze aukeratzen dozuna itxoten hurrengo asteari hasten denian han egongo naz ia zer dauen deskantso bat telebaliu somnifero, siesta erlajazio denbora deskansoan duzun denbora nik biztuten doz zeozer ikusteko.
NAGUSIAK	Entretenimendu partie ikusten dauenak zeozergaittik ikusiko dau bat kentzekotan arina telebisinoanik neuk ondo pasau denbora-pasa konkursoekaz bai, distraiduten naz asko momentu ona pasetan nau konzentrata engantxa.

Iturria: norberak egina

8. ERANSKINA: TELEBISTAREN AISIAZKO HARREMANEN ALDIZKO KATEGORIAK: IN VIVO KODEAK, ADIN-TALDEKA.

30. TAULA: TELEBISTA, ALDIEN ERAGIN ETA ALDI-ERAGILE (IN VIVO KODEAK, ADIN-TALDEKA)

GAZTEAK	Eguerdietan/eburdixetan gabaz afaltzerako orduen ogera sartu aurretik berrixak, serixak Simpson afaldu aurretik afaldu ostien pixkat be bai Afaltzerako orduen be bai bazkal ostien Berrixak Besteen etxeetan biztute eukitxen dot baina etxien nauenien gabetan Gauetan deskonektetako gauetan edozein kokolokeri han egon ikustiarren ikusten lonjan ikusten doguz ogera sartu aurretik programa batzuk serixak sukaldatzen Jaten nauenean atsaldetan seiretatik edo aurrera hamarretan edo gabaz/gauetan lonjara ailegatan garenean afalduten.
HELDUAK 1	Biztute asko asko gutxi gitxi, gitxi ikusten dot gero eta gitxiago baina bai, ikusten dot total gutxi iluntzien kirolak eta kirolei buruzko saio guztiek ordutxu batzuk emoten dodazela esango neuke iluntzetan ta asteburu arratsaldetan ordu bat, ordu bi, egunero egunero edo ia-ia egunero ikusten dot telebista aldaketa bat ohituretan aita izan nazenetik ordezkua topatu dudala bestelako gailuetan, bestelako pantailetan Euren oheratzen direnen lo geldittuteko teleberri. atsaldien da gabien zapatu arratsalde libre badekoten ikusi-ikusi gaubien trankil zauzenien relaxeko momentu bat bazkalostean gustoko peli bat umeak lotara joaten direnean umeak jaio baino lehen astelehen eta asteartean Goenkale.
HELDUAK 2	Heltzen zara etxera lana amaitu eta gero gehixegi be ez dot ikusten domeketan ba arratsalde osua praktikamente afaldu ta ondoren/afaldu eta geroko informatibuek pelikulak dokumentalak telebista oso gutxi ez asko, baina bai, ikusten dut telebista nahiago dut irakurtzea eta siesta botatzea gauza bat da telebista piztuta egotea realityak Gran Hermano Pelikulekaz eta lo eitten dot zatika partiduek, oin urte batzuk ikusten gendun oin baino gehiago El conquis. Arratsalde gabaz etxien gauzenien neguan asteburutan telebisitua dago egun santu guztian Zapatuan arratsaldean zapatu gauetan igandeetan Teleberri Puente Viejo arratsaldeko nobela afaria prestatzen ari naiz bitartean sukaldean bazkaldu ondoren afaltzen duzun bitartean altxatzen naizenean eguerdian bazkaltzen dudan bitartean.
NAGUSIAK	Telebisinoa bai, ikusten dogu Etxen dauzenien izetu amatau barik lez egoten da arrasti eta gaba gabaz eburdixen Ana Rosa Klaudio Landaren programea Sálvame Amar en Tiempos Revueltos telediario partiek deportiek debatiek Euskal Telebista eguerdixen ta gabien tirau eitten dozten gauze apartekorik badau entretenidu nahixau izetan dot, telebisinon aurrien egon baino bastante txupetot drogie gutxi ikusten dot, ez jate gustetan da...

Iturria: norberak egina

31. TAULA: TELEBISTAREN PRESENTZIA FISIKOA (IN VIVO KODEAK, ADIN-TALDEKA)

GAZTEAK	Salan erdixen dau bera beheko sue ipini bi zan lonjan ganbaran.
HELDUAK 1	Tabernara zoiezie, alboko tabernara kozinen eta neure gelan eskatza, baina salan salakue umiena da gure etxian, sukaldian hantxen dago denbora guztian martxan sukaldekoa normalean ez dago piztuta;
HELDUAK 2	Eskatzeku ez da amataten gure amak eruten dau telebisino leku batetik bestera ez dou amataten salan etxien sukaldean asko trankil bazaoz, ba salara.
NAGUSIAK	Eskatzien salan kuartuen ikusten dot deportie igual kuartora joaten da apur baten.

Iturria: norberak egina

32. TAULA: TELEBISTAKO EDUKIAK

GAZTEAK	Ordu batetan ez dau ezebe Mujeres y Hombres De buena ley Sálvame Gran Hermano aktoriek die danak da morbo Ikustea entretenitzen dotzun zeozer eta interesa dekon zeozer, ondo dago serixena niretzat izan da beste boom de los zombis, de los médicos El mentalista McGyver Equipo A Los vigilantes de la playa El coche fantástico Danatariko gurot hogeita hamar mila kanal GOLTV eta horrek ETB2 Telecinco Discovery eta horrek Hamaika telebista Antena 3.
HELDUAK 1	Seriek El Conquistador del Mundo Realities Athletic Busco esposa para mi hijo, futboleko debatiek politikakue dana guzurre Gran hermano Boca a Boca polizixen serie bet barrixe debateak badakit ordutegi konkretu baten zer aurki dezakedan bai telebistan bai irratan informazio iturririk inportanteena ez da telebista Teleberri, Euskal Telebista Telecinco Antena 3 La Dos Bilbosport ETB2 Cuatro ETB1 Canal Plus Divinity bebai.gero ta gehixau! la 7 zapping asko eitxen dot Gehixau eta ezebe promiskuoa;
HELDUAK 2	Anormalidadiak baina bertokoa Belen Esteban MTV Mujeres hombres y viceversa ordenadorera eskapaten da programa más chorrá Puente Viejo Teleberri Teleberrixe sagraua da ahal dudan bakoitzean kentzen diot albisteak Amar en tiempos revueltos dokumentalak filmeak gazteen jarrerak Goenkale Gran Hermano nagusientzat nahiko errezak nola posiblea da kate hori ikustea realityak Sálvame Athletic balonmano boleibola debateak futbola;kirolak pelota partiduek zuzeneko kirol horek Euskal Telebista, Teleberri, ETB1, ETB2, ETB3 Hamaika Telebista 28 kanala Telebitbao, Tele 7
NAGUSIAK	Antena 3 ona da berrogeta zer kanalegaz boikot Celaá debatie el cotilleo entrebistak Kiko Matamoros moderadorek nazionala parte kontrarixok Sálvame Teleberri telediarloa euskal telebisten txakurak modun txakurrek zaunkan eittie lez zuri ez jatzu toketan, ta zu isilik Curro Romero pelota a mano futbola bakeradak "ETB uno" ETB, etxekoa Argiñano kanalak danak niri gustue! partiduek manduez da da da Sálvame, Klaudiona

Iturria: norberak egina

33. TAULA: TELEBISTA ETA LAGUNTASUNA

GAZTEAK	Gurasoein gutxi gurasoei ez jake gustetan aitagaz koinzididuten badot depende batu banatu etxie hutsik lagunekin komentetan egotie lagunekin zauzela ta ba goazen zeozer ikusten bakarrik, zaratie dekozu Realityak El conquis Gran Hermano Simpsons jendiak be bai komentaten dauz fuera, totalmente fuera zaoz, komentaten dogu be bai, notizixek depende ze ikusten zauzen whatsapp, lonjara ailegau eta lehenengo gauzea, normalien inguruen beti dekozu baten bat, hogeit urtegaz gehixau komentetanauz holango gauzek.
HELDUAK 1	Ikusi-ikusi danakaz emazteagaz umeagaz Negoizxa umeak berak aginduten deu baktotza bere telebisinora neskak dekoiena poterie, mandoa lo geratu ezker bera, orduen ya neurie da gauze interesgarrixeren batan bat badau bai eitten dot alde handik ikusten dozuz umiak gozatzen futbola neure aitxen etxien domekatan partidue ia-ia ez nago bakarrik etxean laurok batera gitxitan elkarregaz ikusi gendun azken gauza izan zen El Conquistador del Fin del Mundo Emun eitten dau bebai lehenengoko gauze etxera heltzen danien pintxo orduan komentetan du erdi-obligeta zauz bebai ikusten, gero berba eitteko El conquistador del Fin del Mundo geratzen diez "un poco al margen" hasiko gara ikusten, igual komentetako edo zer dan seriek Realities Athletic Busco esposa para mi hijo
HELDUAK 2	Andra-gizonak familian hori tragau behar du? ensegida doaz etxera, ospa beste kuartora doia separa eitxen gara danok paraten ginen ados el intruso berak gura dabena ez badau, o sea, berak alde eitten dau zenbat eta kanal gehiau txarrau semia ordenadoran dago bai juten naiz ordenadorera aguantau in behar Conquistador debatia urteten da debatiak disfrutia berentzako Downtown Abbey;droga modun inpakta banau, erre komentaten dot Iñigo Cabacas kontrasta Puente Viejo telebistari buruz beti komentaten dogu;txikiteuan askotan aparte Callejeros viajeros Españoles por el mundo ez da komentatzen non, baizik eta zer Gran Hermano inork ez du esaten "halako telebistan nik entzun dot" lehen gehiau komentaten genun lehen kanal bi egoten ziren.
NAGUSIAK	Baktotzak berena eskapeu eitten dot nik haretatit;eztabaida apurren bat tabernara andriek alde eitten deu gurin interesen badauko igual kuartora doie ikusten kuartuen ikusten dot deportie neuk igual alde eitten dot ni banau inok ez dotso hareri beste telebisinora errepertidu gustokora kanbieu ixilik egon biher Alboan berbetan eta entzun bez hareri ez ein berbarik ikusten badauz eurek inok ez deu berbarik ein bihar! norberak ez badeko interes handirik igual hasten da berbetan;zeu partie entzuten bazaz, eurek han dabiz... beti komenta da segun zer notizi inportante samarra edo holako kontuk! telenovelarik ez dau oin...

Iturria: norberak egina

34. TAULA: TELEBISTARI ESKAINTZEN ZAIO ARRETA

GAZTEAK	Ordenadorea aurrien ta telebistie atzien apur bat como fondo, hor dot ipinitte, Teleberrie, baina kasu ba gutxi de fondo moduan, afalduten, ordenadoragaz batera, berbetan zauz bide batez al gara egon beste gauza bat eiten kartetara olgetan, edo berbetan edo. sarritxen leidu berebai plantxie bai telebisinoagaz Segun zer nagon ikusten apur bat como fondo ahotsa entzuteko konpainia antzeko bat sinestu, normalien telebista ipintzen dot telebista ikusteko, anbientie edo emoteko, zaratiegaitzik dauz, isiluneak oso inkomoduek die Interneta irrata periodikue niri irabazten dabil ordenagailua plasma lehengo eperdixe eukiena USBko katxarrue mobile konektaten dauela telebistara telebista formatua dala gustaten jakune pantaila grabaten da pelota partidue whatsapp konsola.
HELDUAK 1	Plantxie, jatekue. hurrengo eguneko lanak telebisinoa ikusten banau telebisinoa ikusten nau iburuek por ejemplo bai irakurten dodaz periodikue errebestie telebisinua eta ordenadorea josi eskaneatu eguneko pasatiemposa zarata eukitzeagatik edo dana ezin dot prozesatu noizbait afaldu izan dugu telebistaren aurrean zurrumuru hori salseatu Etxera juandakuen piztu fijo kasu. gurean bai nik eiten dotzet kasu errengantxatzen naz telebisinoak erakarri egiten nau biztuten badot zeozertarako da segun pantailan barruan zer dagoan Etxean ezebe txokoa kontsolak mobilekin smartphonak , tableta whatsapp grabatzen duzu eta gero ez duzu ikusten pendrive hau ez dut gustokoa eta kitto, ta fuera, beste gauza batera soporteak azkenengo olinpiadak zeuk aukeratu zer ikusi nahi duzun.
HELDUAK 2	Plantxie korrespondentzixa bat be ez dot ingo ezin dot besterik egin irakurtzen ari banaz, ez dot entzuten josi periodikue Bakarrik nago etxian da konpainia beste gauza bat eitten dot batera beste gauza batzuk eitten zagoz daukat igual piztuta eta nabil emoten deu radixoa daukotela;engantxaten zara Euskadi Gaztia josi konpainia halantxerik nire ama juten da siestara niri juten jat oesteko pelikule pizten dugu ikusteko;sobre la marcha sudokua teleberrixe telebisinoa daukau aurrian telebista noizbehinka hola Asteburutan basura, mierda, eta bonbardeo bideoak eta horrek ere bai interneten gitxi lagunak eta bidaltzen dotzuez ... periodikue periodikuek notizia diferenteak politika kontuak editorialak irrata edo telebista korreora botatzen didate ere radioa edo telebisinua.
NAGUSIAK	Begitu barik eitten ebien kaltzak bixek ezin bixek txarto errebesti edo periodiku bixen bittartien ez bata ta ez bestie ez dakit zer irakurten nauen ezin dozu ein debate bat edo bada minek kentzeko aparatu periodikua telebisinoa ikusten bazaz, haxe ein biozu, ondo eitteko Bixek ezin bixek txarto errebesti edo periodiku bixen bittartien ez bata ta ez bestie ez dakit zer irakurten nauen ezin dozu ein debate bat edo bada gantxilloa kasu dana! Osorik! minek kentzeko aparatu periodikua periodikua leidu;puntu ein telebisinoa ikusten bazaz, haxe ein biozu, ondo eitteko telebisinun bana. haxe bakarrik Bideo, CD, Telefonica radixoa programak be, neutzako, konparazino barik ezebe, bakarrik telebisinoa eta radioa etxean TDT, hori bai radioak asko lagunduten deu etxeko beharrak

Iturria: norberak egina

35. TAULA: EDUKIEN GAIKEKO KONTROLA

GAZTEAK	Asko esperanza zeozet aurkitzekue konturatu orduko ya paretan emoten dozu buelta guztia, ezebe baino hobeto, ba hori ez zaozela ezebe ikusten anuntziotan dauenean Lo que haya Karreraren bat edo ziklismo Gran Hermano deskargau tenporadaka eta jun ikusten Perdidos, House Youtube Beran pelikulak eta beran rolloak periodikuegaz datozenak piratak liburutegixen be hartun izen doguz.
HELDUAK 1	Hori barik eh. salto batetik bestera saltoka ez por deporte hainbeste kate hori da aukeratuteko iragarki berdinak iragarkiak ikusten ditu iragarkieri begire Kate bi! kontraprogramazinoa mandoaz jabetzen bada, adios! Mesedez, aukeratu zeozet ni kapaza nai bi gauza ikusteko nire gizonak ez dau programarik ikusten pelikula bi ikusten dodaz iragarkiei esker Perurena zapping egiten Ana Urrutiaren zai zaudela... en el momento del anuncio, quito aspertuta baldin banago etengabeko zappinga ez dut jasatzen telebista ikusi nahi baldin baduzu arreata eskatzen du Umien gauzek zero patatero eguneroko ogixe Ezkaraira joaten garenean televisión a la carta streaming alabak serieak youtuben ordenadorea guztiz lotuta daukat lanarekin egunero episodio bat Ezebe umientzako portatilik dauzenak, kotxien juteko Euskaltel eta Canal Plus holako ofertaren bat bideoklubetik edo ekartzen dogu pelikularen bat Rey León eta Buscando a Nemo eta holako nozenoz egunkariren batek edo ba igual merkeau edo eskaini dezuenean Marx anaien guztiak behin grabatuta zeuenian ez nun ikusten dokumentalak ez du merezi.
HELDUAK 2	Kate guztiak pasatzen ditut ikusteko zer dagoen bakarrik geratzen naz fijo dokumentalekin buelta bakarra Abajo y arriba Afterlife asko gustatzen zitzaidan ikustea deskargatu nuen falta zitzaidan bat. Doctor en Alaska erreuperatzen dut ordenagailuaren bitartez ohitura hori daukat galduta;oihanean galduta Retorno a Brideshead;Tecnopolis udan, ba denbora daukazunez.
NAGUSIAK	Gaztie asko, hori e zappine nun topau eh uno-tik hogeita hamazortzire doaz da. deukedaz ixe berrehun dozena erdi bider, ea hasi bada bestie edo gora ta beheara. gelditu bez... kontratau neban, baina... TDT geurien lau estropeau di telemandue "Aznar hablando en tejano" bakarrik hori, ikusi nahi dutena korte labur batzuk telebista ordenagailuan youtuben Noizek behinien bideo pelikule batzuk ondo pelikulak diez zaharrak barrie hobeto;

Iturria: norberak egina

9. ERANSKINA: TELEBISTAREN AISIAZKO HARREMANEN AISIAZKO KATEGORIAK: IN VIVO KODEAK, ADIN-ALDEEN ARABERA.

36. TAULA: TELEBISTAREN EGUNEROKO ERREALITATEA

GAZTEAK	Txarrikerri gehiau morboa gehiau kanbixue zeukon indderra reality hori rollue ETB eboluziñoa dibujak Hormiguero estiloko programak, "toque yanki" jende pilo bat publikoaren zarata gu sentitzeko inteligentiek eurekin alderatute eittie famosue eta. hori da mentalidadie batzutan bilddurre emoten doza telebisiñoak daka kriston indderra telebisinue da edukatorie denbora pasetako txisme jakiteko zer pasetan dau munduen en todo caso txarra;
HELDUAK 1	Umientzako aukera gitxi gure epokan ez da egoten izen ezer larrei larregi erderaz orain arte ez dou eukin TDT umiekgaitxik imini gendun gauza larrei dakozule da ez dozu ikusten igual gauze bapez kantidadie gehitu, baina kalidadie baja klaro dauzena, kalitatezko programak oraingo telenobelak? Kategorixa dakoie semiek ipinten deu hori x-box zertan zabiezan be ez dakit skype holako telebisino gure dot nik hurrengoan mandoa badekogu ez da asko aldatu aparatoa seinalea manugailu bera da ni pasatu naz ikusle pasiboa izatetik semiaktiboa izatera nik aukeratsen dot gitxi gora behera zer ikusiko dodan hasiera batean deskargatzen neban guztia orain ez dot pentsatu nahi kanal gehiago umeentzat programazioa ez dakie arrazoirik teletik joateko "menu propioa" ez da normala egotea holan ez, itxoiten a ber zer botatzen duten! ya no te pegas por el mando.
HELDUAK 2	Entreteneimendu laguntzino eitteko hutsune itzala telebisinun falte ez bakarrik entzun, ikusi orain dituzu laurogei kate aukeratzeko interneten ere ikusi dezakezu.
NAGUSIAK	Telebisino barik biziko nintzateke templau debatek deportiek informacón aburridute nauenien ipinteko ta gauzek jakituko ta danetarako! gustetan jate kotileue munduaren ikuspegi bat bezela laguntasune.

Iturria: norberak egina

37. TAULA: TELEBISTAREN BIZIPENA

GAZTEAK	Arma bat sartzentzue guzurre manipulazinoko tresna itzela : Ikusten jakin behar da erreportaje bat edo debate bat tresnie segun zelari erabiltzen dozun edo erabiltzen dan jendiek utilidade diferentiek dauzela personan arabera Depende aburrimiento entretenitute zauz denbora pasie denbora bota in jotela relajetako bebai deskonexinue momento sofa;
HELDUAK 1	Niretzako ez da txarra bere alde ona eta alde txarra Entreteneimendu ona da entretenimendu ona da nik telebisino piloa ikusi dot segun eta zer ikusten dabien entretenidu eitten da dana ez da ikastie bakarrik telebistana ez hizkuntzan erabiltenean be badeko eurentzako erderie da nagusixen hizkuntzie izan daiteke lelotu egiten duela telezarama ze lotsagarri hor topetan dot negarrez Relax ta ondo pasa entretenimientu deskonexino norberan bizimodue ahaztu negar, barre, morboa, amorrue ebasioa.
HELDUAK 2	Baloreak nik ueste dut kolonizatuta gaudela el pelotazo, zenbat eta aurpegi gehiago Operación Triunfo Eurovisión barra libre errazena da sangre y sexo y rock and roll antsietatea edozein modutan baina entretenitzeko ez duzu inolako esfortzurik egin behar Denbora pasatzeko garaian arabera aspertu egiten naiz lotsagarria, aspergarria manipula iraingarria onuragarria
NAGUSIAK	Ona meza etxien mundu guztiko barrixakin ondo kalterik ez behintzet gauza askogaz enteretan zara asko gustetan jate laguntasune berak irunzten bazaitu... norberak tamainue hartu biher sasoi baten engantxau gehixau ordenadorak jende asko dau ordenadorara engantxeute Errespetue gutxi Matamoras eta konpainie edukazino falta itzela ernegatute sano fuerte hilek eta horrek gauzek niretzat lo más grande horrek gauzek emozionaten dozte asko.

Iturria: norberak egina

38. TAULA: TELEBISTAREN ERABILGARRITASUN ETA ARRISKUAK

GAZTEAK	Konpainia ez dakigule hori barik egoten ohitu garelako ya aportazinorik ez dozte ekarri dokumentalak notizixak gauza batzuk bai aportau ein dozte jaso bakarrik egin al dozu, eta ezin dozu elejitu ez badakigu ikusten ez da izango informateko ahalegina eskatzen du nahi duzuna da deskonektatu bortxa nazazu jendeak eskatzen duena zaratie edo eukitziarren egoteko entretenite ikusten
HELDUAK 1	Informatzeko entretenimendu familia batzeko momentue relax momentue lasaitasune entreteniduteko denpora on bat pasetako
HELDUAK 2	Lo eitteko edo beraz geratu lo ipintzen zara telebisinu aurrian eta lo gelditzen zara lo geratzen naiz Euskal Telebista denbora emateko mugitzen da ekonomia handi bat... informazioa eta entretenitzea gehiago informazioa radioak dekon bentajea 24 horas adineko pertsona baten ondoan telebistak jokatu du paper oso inportantea manipuletea informazioa beste bideak ere baditugulez internet.
NAGUSIAK	Konpainia munduko barri jakituko entretenidu denborie emoteko telebisinoaz holgeu kulturako gauzek igual ikesten dozu al cotilleo.

Iturria: norberak egina

39. TAULA: TELEBISTAREN AUKERAK

GAZTEAK	Ziklismo, futbola eta Teleberri realityren bat ingeruko euskera bizkaiera jasoa USBko katxarrue \ interneta ta dana telebistan youtube ordenadore baten moduen mobile konektaten dauela telebistara denbora pasetako txisimea ahal naz egon hileak telebino barik baina hor dekotelez... espektakulua informazioa laguntzinoa serixena boom zombis médicos El mentalista lehen nik ez dakit zelan zan marrazki bizidunek txarrikeri gehiau morboa gehiau lehen askoz be dezenteagoak ziren Sálvame oin ez dauelako ezer interesanterik lau ordutan be kaka oin dala dana anarkoagoa danak balixo deu kanbixo baten beti dauz gauzek onerako ta txarrerako informazio diferentie ta anitzagoa
HELDUAK 1	Propagandie fuera gusta eitten dazte propaganda anuntzixuek aprobetxetan dogu nik kenduko neukez realities lotsabakokeri guztiek kendu jende askori gustetan jako hori pelikulek segiduen onak nahi dozuna eskatu a la carta menu bat izatea segun ze programa gustetan jatez euskeraz edo erderaz gu erderaz hazi gara nire gurasuek ez dabe ulertuten izengo balitz herrikuauae. Nire lagune konpanixe lo eitzeke modu bet información entretenimiento al naz bizi igual telebisino barik? laguntzino bat entretenimenttu bet laguntzino eitteko konpainia antxinen irratia sukaldean zen bezala asko aldatu da publizitateak aldatu zuen mandoak berak aldatu zuen internet aldatzen ari da
HELDUAK 2	Zenbat telebisino televisión a la carta Teleberri nahi dot seiretan komentatu danon artian adostuta dagon programazino bat birtual nahi dot bederatzit t'erdixetan hastie pelikulia emon eta tak, eta ikustia Mando a distancia eskemak ia-ia berdina dira botatzen dute gauza bera nahiz eta kanal asko egon ia-ia denak dira berdina contraprogramación debate-profesionalak tertulianoak nik uste dut gero eta telebista txarragoa daukagula kontsumo bat a la carta, internetetik telebista baina internet bidez askoz be indibidualistagoak telebistarik gabe bizi izan gara lilura.
NAGUSIAK	Pelikulak bakeruenak eta mexikanadak partiduek, danak, beti debatiek konkursoak albistek mundu honetan dana jakin bi da politikarik ez dot nahi bata bestieri txarra esan euskaldunek ez horrenbeste Euskera inoz baino gitxiau Ez dekotela lagunik Norberak be ongo jakin bi deu euskeraz oingo euskerea, batua dalez berba batzuk ezin ulertu. Lehen polittau gauze polittek ikusten zien beti hasarratute berbetie programa polittauak egoazala pelikula asko, lehen baino gehixa umien telebisino derrigor biduz neuk be ez dakittela kanbixetan dozte.

Iturria: norberak egina

10. ERANSKINA: ADIN-TALDEAK ETA BELAUNALDIAK: IN VIVO KODEAK, ADIN-TALDEEN ARABERA.

40. TAULA: BELAUNALDIETAN PARTAIDETZA

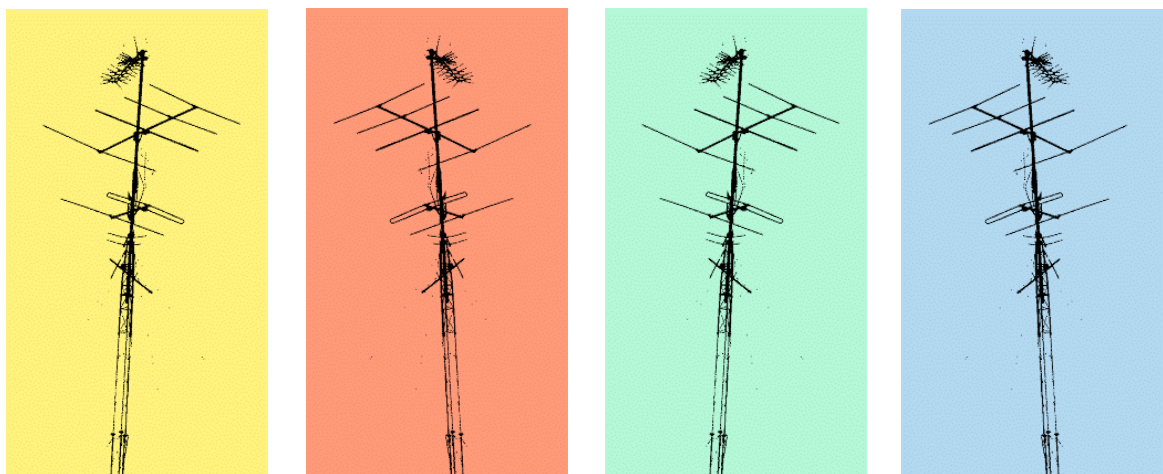
GAZTEAK	Game Boy Play Station gu izen garela apur bat aldaketa atzien datozenak ya jaiotzetik ya datoz con todo hamaika urtegaz ta eukittie mobile gauza barrixek emoten dotzue poza konsumismo rolo hori beldur hori atzien gelditziena duela hamar urteko programak Viki, Hannah Montana.
HELDUAK 1	Hori gure sasoiku da! Mazinger Z Viki el Vikingo El Coche Fantástico McGyver ikono horrek Heidi ta Marco V Candy Candy Barrio Sesamo Verano Azul baloriek eta igual nitzako apur bat galdu diez telebistaren belaunaldia FMaren belaunaldia interneteko belaunaldia papera eta guzti horren belaunaldikoa
HELDUAK 2	Nire amak beitu noiz ezagutu eban telebisinoia gertuago gagoz gure gurasoekin igual gehixau semiekin gurasoekin baino serialak nahixago pelikula nahixago gure gaztiak informazinorako denbora-pasa
NAGUSIAK	Jaio eitten direz telebisinoagaz ezkondu nintzenean etxean radioa Un dos Tres bakarrik UHF eta lehenengoa ordenadorak umiek ikesten dabe... ensegida ikesi barik jaixo... hori ez telefono mobilek nintendo hori manejetan dabe horrek aparatoek botaten botzez...

Iturria: norberak egina

41. TAULA: BELAUNALDIEN ARTEKO EZBERDINTASUNAK

GAZTEAK	Zapping itten batez be gu, gaztie eta holan eta gurot jende nagusixek ez dau espero ezebez telebistatik bizi izan da telebista barik egon al da egun osue da ez da enterau ezetaz aldi berean kendu telebisinue. dana tragau iten dabe inongo filtro barik;
HELDUAK 1	Orain ya gauz apurtxu bet bateratute bakerunek Cantinflas John Wayne serixek Sálvame geure lez ikusten dabe agintzen zauena telebistaren aurrean aita zan nik ez dot agintzen ezer ezin ddau amata altzaten da ta lehenengo gauzie nik bi dekotaz, ta bixek guztiz diferentiek hor ikusten-ikusten, hasta el último minuto whatsapp ohitute teknologi barrixetara zelako abilidadea duten manejatzeke birtuala parte hartzeke aukera gehixau interneta gehixau telebisinon sartunde kentzen badotzezu mobila, hori bai dala kastigu lagunekaz dauz konektata pelikule bat ordenagailuen ipadean
HELDUAK 2	Lehen danok toki baten egoten ginen konpondu ez diezenak eitten gaztiak dira telebista on-line hiru gauza desberdin dira garai hartako eskema telebista gehiago daude etxean denok ikusten genuen gauza berdina askoz gehiau interneta zelan ailegako da danara? urte gitxitten kabia da tribu bat osatzen dugu tribu asko daudela belaunaldi bakoitzean.
NAGUSIAK	Hamar urterik aldatzen generazioie urte bin aldin aldatu zan era bueno, lobatxuk? Akabo! makinakin dana gure beste ez ordenadorak internetera oin ez deuke gero denborarik pazientzixe.

Iturria: norberak egina



Bilbon, 2013ko udazkenean inprimatua

